



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**  
**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION MENCION GESTION DEL  
TURISMO**

**TESIS**

**ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL DESARROLLO  
SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL  
DISTRITO DE CCORCCA - PROVINCIA DE CUSCO.  
PERIODO: 2024**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GESTIÓN DEL TURISMO.**

**AUTOR**

Br. RUBEN CANSAYA GONZALES

**ASESOR:**

Dra. GLORIA PAULINA CARDOSO MOSCOSO

**CODIGO ORCID:0000-0002-7920-9063**

**CUSCO – PERU**

**2025**



# Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

## ANEXO 1 INFORME DE SIMILITUD

El que suscribe, el Asesor DRA. GLORIA PAULINA CARDOSO MOSCOSO, quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesis titulada: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE CCORCCA- PROVINCIA DE CUSCO, PERIODO: 2024 presentado por: RUBEN CANSAYA GONZALES con DNI Nro.: 40634921 presentado por: \_\_\_\_\_ con DNI Nro.: \_\_\_\_\_ para optar el Título Profesional/ Grado Académico de MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN MENCION GESTIÓN DEL TURISMO

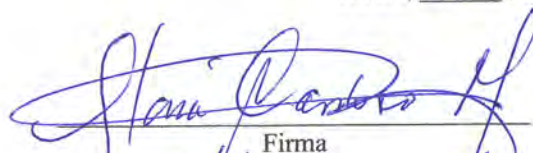
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 4 veces, mediante el software similitud, conforme al Artículo 6° del Reglamento para Uso del Sistema de Detección de Similitud en la UNSAAC y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 % de similitud.

### 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 sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30%	Devolver al usuario para las subsanaciones.	<input type="checkbox"/>
Mayores a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 15 de Mayo de 20 26



Firma

Post firma: Gloria CARDOSO MOSCOSO

Nro. de DNI: 23849586

ORCID del Asesor: 0000-0002-7920-9063

### Se adjunta:

1. Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Detección de Similitud:

Ln: oid.: 27259: 588190336

# RUBEN CANSAYA GONZALES

## Estrategias Competitivas para el Desarrollo Socioeconomico Act Turistica Ccorcca2024.pdf

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:588190336

Fecha de entrega

8 may 2026, 8:06 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

10 may 2026, 9:28 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Estrategias Competitivas para el Desarrollo Socioeconom Act Turistica Ccorcca2018\_03.pdf.docx

Tamaño del archivo

16.0 MB

380 páginas

71.381 palabras

419.052 caracteres




# 10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe


- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 11 palabras)

## Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**  
176 caracteres sospechosos en N.º de páginas  
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
ESCUELA DE POSGRADO

---

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr. TITO LIVIO PAREDES GORDON, Director (e) de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE CCORCCA - PROVINCIA DE CUSCO. PERIODO: 2024** de la Br. Br. **RUBEN CANSAYA GONZALES**. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **VEINTISIETE DE OCTUBRE DE 2025**.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GESTIÓN DEL TURISMO**.

Cusco, 29 de abril 2026

DR. WILMER FLOREZ GARCIA  
Primer Replicante

MGT. CARLOS NAVARRO LUNA  
Segundo Replicante

DR. ZOILO LADISLAO VERGARA VALENZA  
Primer Dictaminante

DRA. ROXANA JULIA ABARCA ARRAMBIDE  
Segundo Dictaminante

## **DEDICATORIAS**

*A Dios, a mi familia por su comprensión en todo  
lo que contribuyó a alcanzar mis objetivos.*

*Atte, Ruben Cansaya Gonzales*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradecer a nuestra universidad, a la Escuela de Posgrado  
de la UNSAAC, a mis estimados profesores que me  
motivaron a alcanzar mis objetivos.*

*Atte, Ruben Cansaya Gonzales*

## PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, someto a vuestra consideración la tesis titulada: "ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE CCORCCA - PROVINCIA DE CUSCO, PERIODO: 2024", con el fin de optar al Grado Académico de Maestro en Administración, mención Gestión del Turismo.

La investigación se ha desarrollado con el rigor metodológico correspondiente, analizando las variables de estrategias competitivas y desarrollo socioeconómico en un contexto local. Los resultados y conclusiones que se exponen pretenden constituirse en un aporte técnico y académico para la gestión turística de nuestra región, quedando el presente documento a vuestro elevado criterio y dictamen.

Atentamente,

Br. Ruben Cansaya Gonzales

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, durante el periodo 2024. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, alcance correlacional y un diseño no experimental de corte transversal. La investigación identificó cuatro unidades de estudio fundamentales: autoridades locales, prestadores de servicios turísticos, pobladores residentes y visitantes del distrito, de los cuales se extrajo una muestra probabilística de 145 individuos para la aplicación de un cuestionario de 24 reactivos. El instrumento fue validado mediante juicio de expertos y presentó una confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0.856. Los resultados descriptivos indicaron que las estrategias competitivas se ubican mayoritariamente en un nivel regular (58%), mientras que el desarrollo socioeconómico es percibido como deficiente por el 45% de la muestra. Mediante la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.255, con un nivel de significancia de 0.002 ( $p < 0.05$ ), lo que permite concluir que existe una relación positiva y significativa, aunque de intensidad baja, entre las variables de estudio. Estos hallazgos demuestran que la competitividad turística en el distrito de Ccorcca está asociada de manera directa al dinamismo socioeconómico local, aportando evidencia empírica relevante para la comprensión científica de la realidad turística en ámbitos rurales altoandinos.

Palabras clave: Estrategias competitivas, Desarrollo socioeconómico, Gestión turística, Análisis correlacional, Unidades de estudio.

## ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between competitive strategies and the socioeconomic development of tourism activity in the district of Ccorcca, province of Cusco, during the year 2024. The study was conducted under a quantitative approach, of a basic type, correlational scope, and a non-experimental cross-sectional design. The research identified four fundamental units of study: local authorities, tourism service providers, resident inhabitants, and visitors to the district, from which a probability sample of 145 individuals was drawn for the application of a 24-item questionnaire. The instrument was validated by expert judgment and showed a Cronbach's Alpha reliability of 0.856. Descriptive results indicated that competitive strategies are mostly at a regular level (58%), while socioeconomic development is perceived as deficient by 45% of the sample. Through the application of the non-parametric Spearman's Rho test, a correlation coefficient of 0.255 was obtained, with a significance level of 0.002 ( $p < 0.05$ ), leading to the conclusion that there is a significant positive relationship, although of low intensity, between the study variables. These findings demonstrate that tourism competitiveness in the district of Ccorcca is directly associated with local socioeconomic dynamism, providing relevant empirical evidence for the scientific understanding of tourism reality in high Andean rural areas.

Keywords: Competitive strategies, Socioeconomic development, Tourism management, Correlational analysis, Units of study.

## INDICE GENERAL

<b>DEDICATORIAS .....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>3</b>
<b>PRESENTACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>5</b>
<b>INDICE DE TABLAS .....</b>	<b>10</b>
<b>INDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>14</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPTULO PRIMERO: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>19</b>
1.1    Situación Problemática .....	19
1.2    Formulación del Problema.....	25
1.2.1    Problema General .....	25
1.2.2    Problemas Específicos .....	26
1.3    Justificación de la Investigación.....	26
1.4    Objetivos de la Investigación .....	32
1.4.1    Objetivo General.....	32
1.4.2    Objetivos Específicos .....	33
1.5    Delimitación de la Investigación .....	33
1.5.1    Delimitación Espacial.....	33
1.5.2    Delimitación Temporal.....	33
1.5.3    Delimitación Conceptual .....	34
<b>CAPTULO SEGUNDO: MARCO TEORICO CONCEPTUAL .....</b>	<b>35_Toc226447673</b>
2.1    Bases Teóricas .....	35
2.1.1    Estrategias Competitivas .....	35
2.1.2    Importancia de las Estrategias Competitivas.....	36
2.1.3    Clasificación de las Estrategias Competitivas .....	36
2.1.4    Dimensiones de las Estrategias Competitivas .....	39
2.1.5    Desarrollo Socioeconómico.....	45
2.1.6    Importancia del desarrollo socioeconómico .....	46
2.1.7    Dimensiones del desarrollo socioeconómico .....	46
2.1.8    Actividad Turística .....	47
2.1.9    Importancia de la Actividad Turística .....	49
2.1.10    Impactos que genera la actividad turística.....	50
2.1.11    Impactos Ambientales Positivos del Turismo .....	57

2.1.12	Impactos Ambientales “Negativos” del Turismo .....	58
2.1.13	Recursos turísticos .....	62
2.2	Marco conceptual .....	62
2.2.1	Estrategias Competitivas .....	62
2.2.2	Desarrollo Socioeconómico.....	62
2.2.3	Actividad Turística .....	63
2.2.4	Turismo Sostenible.....	63
2.2.5	Liderazgo Innovador.....	63
2.2.6	Servicios Turísticos .....	64
2.2.7	Gestión Organizacional .....	64
2.2.8	Diferenciación .....	64
2.2.9	Enfoque de Mercado.....	64
2.2.10	Infraestructura Turística .....	65
2.2.11	Capacitación en Turismo .....	65
2.3	Marco Legal.....	65
2.4	Antecedentes empíricos de la investigación.....	68
2.4.1	Antecedentes internacionales .....	68
2.4.2	Antecedentes Nacionales .....	73
2.4.3	Antecedentes Locales .....	80
2.5	Hipótesis .....	86
2.5.1	Hipótesis General .....	86
2.5.2	Hipótesis específicas.....	87
2.6	Identificación de variables.....	88
2.6.1	Variable 1: Estrategias Competitivas .....	88
2.6.2	Variable 2: Desarrollo Socioeconómico.....	89
2.7	Operacionalización de variables.....	89
2.7.1	Operacionalización de la Variable 1: Estrategias competitivas.....	72
2.7.2	Operacionalización de la Variable 2: Desarrollo socioeconómico de la actividad turística .....	73
<b>CAPTULO TERCERO: METODOLOGIA .....</b>		<b>74</b>
3.1	Ámbito de estudio: localización política y geográfica .....	74
3.2	Tipo y nivel de Investigación .....	82
3.2.1	Tipo de investigación .....	82
3.2.2	Nivel de investigación .....	82
3.2.3	Diseño de investigación.....	83

3.2.4	Enfoque de investigación.....	83
3.3	Unidad de análisis.....	84
3.3.1	Actores Sociales .....	84
3.3.2	Aspectos Evaluados .....	85
3.3.3	Relevancia de la Unidad de Análisis .....	85
3.4	Población de estudio .....	86
3.4.1	Tamaño de la Población .....	87
3.4.2	Criterios de Inclusión .....	87
3.4.3	Criterios de Exclusión .....	88
3.5	Tamaño de muestra.....	88
3.6	Técnicas de Selección de Muestras .....	89
3.7	Técnicas de recolección de datos e información .....	90
3.8	Técnicas de análisis e interpretación de la información .....	91
3.9	Técnicas para demostrar verdad o falsedad de las hipótesis planteadas.....	103
	<b>CAPITULO CUARTO: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>105</b>
4.1	Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados .....	105
4.1.1	Procesamiento de resultados.....	105
4.1.2	Análisis e interpretación de los resultados .....	108
A.	Estrategias Competitivas .....	156
4.1.3	Discusión de los resultados .....	300
4.2	Prueba de Hipótesis General para los Subgrupos.....	301
4.3	Presentación de Resultados .....	317
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>321</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>323</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>325</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>332</b>

## INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Balanza Turística</i> .....	53
<i>Tabla 2. Impactos Ambientales Negativos</i> .....	58
<i>Tabla 3. Dimensiones e indicadores de la Estrategias competitivas</i> .....	88
<i>Tabla 4. Dimensiones e indicadores de la Desarrollo socioeconómico</i> .....	89
<i>Tabla 5. Cuadro de Operacionalización de la Variable 1</i> .....	72
<i>Tabla 6. Cuadro de Operacionalización de la Variable 2</i> .....	73
<i>Tabla 7. Tamaño de muestra</i> .....	89
<i>Tabla 8. Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach según Oviedo y Campo (2005)</i> .....	94
<i>Tabla 9. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: funcionarios públicos</i> .....	95
<i>Tabla 10. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: empresarios y prestadores de servicios turísticos</i> .....	95
<i>Tabla 11. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: pobladores</i> .....	96
<i>Tabla 12. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: visitantes</i> .....	96
<i>Tabla 13. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: funcionarios públicos</i> .....	97
<i>Tabla 14. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: empresarios y prestadores de servicios turísticos</i> .....	98
<i>Tabla 15. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: pobladores</i> .....	98
<i>Tabla 16. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: visitantes</i> .....	98
<i>Tabla 17. Prueba de Normalidad para las variables 1 y variables 2</i> .....	101
<i>Tabla 18. Criterios de significancia estadística para la contratación de hipótesis</i> ....	104
<i>Tabla 19. Interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman (<math>\rho</math>)</i> .....	104
<i>Tabla 20. Grado de innovación en los servicios turísticos</i> .....	108
<i>Tabla 21. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector</i> .....	110
<i>Tabla 22. Formación de organizaciones creativas</i> .....	112
<i>Tabla 23. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</i> .....	114
<i>Tabla 24. Diversificación de servicios turísticos</i> .....	116
<i>Tabla 25. Incorporación de elementos culturales locales</i> .....	118
<i>Tabla 26. Calidad percibida de los servicios ofrecidos</i> .....	120
<i>Tabla 27. Percepción del valor por los visitantes</i> .....	122
<i>Tabla 28. Planificación estratégica del turismo</i> .....	124
<i>Tabla 29. Coordinación interinstitucional</i> .....	126
<i>Tabla 30. Capacitación continua del personal</i> .....	128
<i>Tabla 31. Eficiencia en la toma de decisiones</i> .....	130
<i>Tabla 32. Acceso a servicios básicos</i> .....	132
<i>Tabla 33. Mejoras en infraestructura comunitaria</i> .....	134
<i>Tabla 34. Satisfacción de las necesidades sociales de la población</i> .....	136
<i>Tabla 35. Percepción de seguridad y bienestar</i> .....	138
<i>Tabla 36. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	140
<i>Tabla 37. Impacto en los ingresos familiares</i> .....	142
<i>Tabla 38. Diversificación de fuentes de ingresos</i> .....	144
<i>Tabla 39. Nivel de reinversión en el sector</i> .....	146
<i>Tabla 40. Fortalecimiento de emprendimientos locales</i> .....	148
<i>Tabla 41. Integración de la comunidad en la actividad turística</i> .....	150

<i>Tabla 42. Mejora en la infraestructura turística</i> .....	152
<i>Tabla 43. Participación de la población en la actividad turística</i> .....	154
<i>Tabla 44. Grado de innovación en los servicios turísticos</i> .....	156
<i>Tabla 45. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector</i> .....	158
<i>Tabla 46. Formación de organizaciones creativas</i> .....	160
<i>Tabla 47. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</i> .....	162
<i>Tabla 48. Diversificación de servicios turísticos</i> .....	164
<i>Tabla 49. Incorporación de elementos culturales locales</i> .....	166
<i>Tabla 50. Calidad percibida de los servicios ofrecidos</i> .....	168
<i>Tabla 51. Percepción del valor por los visitantes</i> .....	170
<i>Tabla 52. Planificación estratégica del turismo</i> .....	172
<i>Tabla 53. Coordinación interinstitucional</i> .....	174
<i>Tabla 54. Capacitación continua del personal</i> .....	176
<i>Tabla 55. Eficiencia en la toma de decisiones</i> .....	178
<i>Tabla 56. Acceso a servicios básicos</i> .....	180
<i>Tabla 57. Mejoras en infraestructura comunitaria</i> .....	182
<i>Tabla 58. Satisfacción de las necesidades sociales de la población</i> .....	184
<i>Tabla 59. Percepción de seguridad y bienestar</i> .....	186
<i>Tabla 60. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	188
<i>Tabla 61. Impacto en los ingresos familiares</i> .....	190
<i>Tabla 62. Diversificación de fuentes de ingresos</i> .....	192
<i>Tabla 63. Nivel de reinversión en el sector</i> .....	194
<i>Tabla 64. Fortalecimiento de emprendimientos locales</i> .....	196
<i>Tabla 65. Integración de la comunidad en la actividad turística</i> .....	198
<i>Tabla 66. Mejora en la infraestructura turística</i> .....	200
<i>Tabla 67. Participación de la población en la actividad turística</i> .....	202
<i>Tabla 68. Grado de innovación en los servicios turísticos</i> .....	204
<i>Tabla 69. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector</i> .....	206
<i>Tabla 70. Formación de organizaciones creativas</i> .....	208
<i>Tabla 71. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</i> .....	210
<i>Tabla 72. Diversificación de servicios turísticos</i> .....	212
<i>Tabla 73. Incorporación de elementos culturales locales</i> .....	214
<i>Tabla 74. Calidad percibida de los servicios ofrecidos</i> .....	216
<i>Tabla 75. Percepción del valor por los visitantes</i> .....	218
<i>Tabla 76. Planificación estratégica del turismo</i> .....	220
<i>Tabla 77. Coordinación interinstitucional</i> .....	222
<i>Tabla 78. Capacitación continua del personal</i> .....	224
<i>Tabla 79. Eficiencia en la toma de decisiones</i> .....	226
<i>Tabla 80. Acceso a servicios básicos</i> .....	228
<i>Tabla 81. Mejoras en infraestructura comunitaria</i> .....	230
<i>Tabla 82. Satisfacción de las necesidades sociales de la población</i> .....	232
<i>Tabla 83. Percepción de seguridad y bienestar</i> .....	234
<i>Tabla 84. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	236
<i>Tabla 85. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	238
<i>Tabla 86. Diversificación de fuentes de ingresos</i> .....	240
<i>Tabla 87. Nivel de reinversión en el sector</i> .....	242
<i>Tabla 88. Fortalecimiento de emprendimientos locales</i> .....	244

<b>Tabla 89.</b> Integración de la comunidad en la actividad turística .....	246
<b>Tabla 90.</b> Mejora en la infraestructura turística .....	248
<b>Tabla 91.</b> Participación de la población en la actividad turística.....	250
<b>Tabla 92.</b> Grado de innovación en los servicios turísticos .....	252
<b>Tabla 93.</b> Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector .....	254
<b>Tabla 94.</b> Formación de organizaciones creativas .....	256
<b>Tabla 95.</b> Habilidad para adoptar nuevas tecnologías.....	258
<b>Tabla 96.</b> Diversificación de servicios turísticos .....	260
<b>Tabla 97.</b> Incorporación de elementos culturales locales .....	262
<b>Tabla 98.</b> Calidad percibida de los servicios ofrecidos.....	264
<b>Tabla 99.</b> Percepción del valor por los visitantes.....	266
<b>Tabla 100.</b> Planificación estratégica del turismo .....	268
<b>Tabla 101.</b> Coordinación interinstitucional.....	270
<b>Tabla 102.</b> Capacitación continua del personal .....	272
<b>Tabla 103.</b> Eficiencia en la toma de decisiones .....	274
<b>Tabla 104.</b> Acceso a servicios básicos .....	276
<b>Tabla 105.</b> Mejoras en infraestructura comunitaria.....	278
<b>Tabla 106.</b> Satisfacción de las necesidades sociales de la población.....	280
<b>Tabla 107.</b> Percepción de seguridad y bienestar .....	282
<b>Tabla 108.</b> Incremento de ingresos de los negocios turísticos.....	284
<b>Tabla 109.</b> Incremento de ingresos de los negocios turísticos.....	286
<b>Tabla 110.</b> Diversificación de fuentes de ingresos.....	288
<b>Tabla 111.</b> Nivel de reinversión en el sector.....	290
<b>Tabla 112.</b> Fortalecimiento de emprendimientos locales .....	292
<b>Tabla 113.</b> Integración de la comunidad en la actividad turística .....	294
<b>Tabla 114.</b> Mejora en la infraestructura turística .....	296
<b>Tabla 115.</b> Participación de la población en la actividad turística.....	298
<b>Tabla 116.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico para el subgrupo de funcionarios públicos.....	302
<b>Tabla 117.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico en el subgrupo de Empresarios turísticos .....	303
<b>Tabla 118.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico en el subgrupo de Pobladores .....	304
<b>Tabla 119.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico en el subgrupo de Visitantes ..	305
<b>Tabla 120.</b> Coeficiente de correlación entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico para el subgrupo de funcionarios públicos .....	306
<b>Tabla 121.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de empresarios turísticos .....	307
<b>Tabla 122.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de pobladores .....	308
<b>Tabla 123.</b> Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de visitantes .....	309

<b>Tabla 124.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Valor agregado y la variable Desarrollo económico para el subgrupo funcionarios públicos.....</i>	310
<b>Tabla 125.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de empresarios turísticos .....</i>	311
<b>Tabla 126.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de Pobladores.....</i>	312
<b>Tabla 127.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socio. económico en el grupo de visitantes .....</i>	313
<b>Tabla 128.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el subgrupo funcionarios públicos.....</i>	314
<b>Tabla 129.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el grupo de empresarios turísticos .....</i>	315
<b>Tabla 130.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el grupo de pobladores .....</i>	316
<b>Tabla 131.</b> <i>Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el grupo de empresarios turísticos .....</i>	317
<b>Tabla 132.</b> <i>Cuadro Resumen de Contrastación de Hipótesis .....</i>	319

## INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Ubicación de la zona de Estudio .....</i>	75
<i>Figura 2. Grado de innovación en los servicios turísticos .....</i>	108
<i>Figura 3. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector .....</i>	110
<i>Figura 4. Formación de organizaciones creativas .....</i>	112
<i>Figura 5. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías.....</i>	114
<i>Figura 6. Diversificación de servicios turísticos .....</i>	116
<i>Figura 7. Incorporación de elementos culturales locales .....</i>	118
<i>Figura 8. Calidad percibida de los servicios ofrecidos .....</i>	120
<i>Figura 9. Percepción del valor por los visitantes.....</i>	122
<i>Figura 10. Planificación estratégica del turismo .....</i>	124
<i>Figura 11. Coordinación interinstitucional.....</i>	126
<i>Figura 12. Capacitación continua del personal .....</i>	128
<i>Figura 13. Eficiencia en la toma de decisiones .....</i>	130
<i>Figura 14. Acceso a servicios básicos .....</i>	132
<i>Figura 15. Mejoras en infraestructura comunitaria.....</i>	134
<i>Figura 16. Satisfacción de las necesidades sociales de la población.....</i>	136
<i>Figura 17. Percepción de seguridad y bienestar .....</i>	138
<i>Figura 18. Incremento de ingresos de los negocios turísticos.....</i>	140
<i>Figura 19. Impacto en los ingresos familiares .....</i>	142
<i>Figura 20. Diversificación de fuentes de ingresos .....</i>	144
<i>Figura 21. Nivel de reinversión en el sector.....</i>	146
<i>Figura 22. Fortalecimiento de emprendimientos locales .....</i>	148
<i>Figura 23. Integración de la comunidad en la actividad turística .....</i>	150
<i>Figura 24. Mejora en la infraestructura turística .....</i>	152
<i>Figura 25. Participación de la población en la actividad turística.....</i>	154
<i>Figura 26. Grado de innovación en los servicios turísticos .....</i>	156
<i>Figura 27. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector .....</i>	158
<i>Figura 28. Formación de organizaciones creativas .....</i>	160
<i>Figura 29. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías.....</i>	162
<i>Figura 30. Diversificación de servicios turísticos .....</i>	164
<i>Figura 31. Incorporación de elementos culturales locales .....</i>	166
<i>Figura 32. Calidad percibida de los servicios ofrecidos .....</i>	168
<i>Figura 33. Percepción del valor por los visitantes.....</i>	170
<i>Figura 34. Planificación estratégica del turismo .....</i>	172
<i>Figura 35. Coordinación interinstitucional.....</i>	174
<i>Figura 36. Capacitación continua del personal .....</i>	176
<i>Figura 37. Eficiencia en la toma de decisiones .....</i>	178
<i>Figura 38. Acceso a servicios básicos .....</i>	180
<i>Figura 39. Mejoras en infraestructura comunitaria.....</i>	182
<i>Figura 40. Satisfacción de las necesidades sociales de la población.....</i>	184
<i>Figura 41. Percepción de seguridad y bienestar .....</i>	186
<i>Figura 42. Incremento de ingresos de los negocios turísticos.....</i>	188
<i>Figura 43. Impacto en los ingresos familiares .....</i>	190
<i>Figura 44. Diversificación de fuentes de ingresos .....</i>	192

<i>Figura 45. Nivel de reinversión en el sector</i> .....	194
<i>Figura 46. Fortalecimiento de emprendimientos locales</i> .....	196
<i>Figura 47. Integración de la comunidad en la actividad turística</i> .....	198
<i>Figura 48. Mejora en la infraestructura turística</i> .....	200
<i>Figura 49. Participación de la población en la actividad turística</i> .....	202
<i>Figura 50. Grado de innovación en los servicios turísticos</i> .....	204
<i>Figura 51. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector</i> .....	206
<i>Figura 52. Formación de organizaciones creativas</i> .....	208
<i>Figura 53. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</i> .....	210
<i>Figura 54. Diversificación de servicios turísticos</i> .....	212
<i>Figura 55. Incorporación de elementos culturales locales</i> .....	214
<i>Figura 56. Calidad percibida de los servicios ofrecidos</i> .....	216
<i>Figura 57. Percepción del valor por los visitantes</i> .....	218
<i>Figura 58. Planificación estratégica del turismo</i> .....	220
<i>Figura 59. Coordinación interinstitucional</i> .....	222
<i>Figura 60. Capacitación continua del personal</i> .....	224
<i>Figura 61. Eficiencia en la toma de decisiones</i> .....	226
<i>Figura 62. Acceso a servicios básicos</i> .....	228
<i>Figura 63. Mejoras en infraestructura comunitaria</i> .....	230
<i>Figura 64. Satisfacción de las necesidades sociales de la población</i> .....	232
<i>Figura 65. Percepción de seguridad y bienestar</i> .....	234
<i>Figura 66. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	236
<i>Figura 67. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	238
<i>Figura 68. Diversificación de fuentes de ingresos</i> .....	240
<i>Figura 69. Nivel de reinversión en el sector</i> .....	242
<i>Figura 70. Fortalecimiento de emprendimientos locales</i> .....	244
<i>Figura 71. Integración de la comunidad en la actividad turística</i> .....	246
<i>Figura 72. Mejora en la infraestructura turística</i> .....	248
<i>Figura 73. Participación de la población en la actividad turística</i> .....	250
<i>Figura 74. Grado de innovación en los servicios turísticos</i> .....	252
<i>Figura 75. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector</i> .....	254
<i>Figura 76. Formación de organizaciones creativas</i> .....	256
<i>Figura 77. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</i> .....	258
<i>Figura 78. Diversificación de servicios turísticos</i> .....	260
<i>Figura 79. Incorporación de elementos culturales locales</i> .....	262
<i>Figura 80. Calidad percibida de los servicios ofrecidos</i> .....	264
<i>Figura 81. Percepción del valor por los visitantes</i> .....	266
<i>Figura 82. Planificación estratégica del turismo</i> .....	268
<i>Figura 83. Coordinación interinstitucional</i> .....	270
<i>Figura 84. Capacitación continua del personal</i> .....	272
<i>Figura 85. Eficiencia en la toma de decisiones</i> .....	274
<i>Figura 86. Acceso a servicios básicos</i> .....	276
<i>Figura 87. Mejoras en infraestructura comunitaria</i> .....	278
<i>Figura 88. Satisfacción de las necesidades sociales de la población</i> .....	280
<i>Figura 89. Percepción de seguridad y bienestar</i> .....	282
<i>Figura 90. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	284
<i>Figura 91. Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i> .....	286

<b>Figura 92.</b> <i>Diversificación de fuentes de ingresos</i> .....	288
<b>Figura 93.</b> <i>Nivel de reinversión en el sector</i> .....	290
<b>Figura 94.</b> <i>Fortalecimiento de emprendimientos locales</i> .....	292
<b>Figura 95.</b> <i>Integración de la comunidad en la actividad turística</i> .....	294
<b>Figura 96.</b> <i>Mejora en la infraestructura turística</i> .....	296
<b>Figura 97.</b> <i>Participación de la población en la actividad turística</i> .....	298

## INTRODUCCION

La presente investigación, titulada "Estrategias competitivas para el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca - provincia de Cusco, periodo: 2024", surge de la necesidad científica de comprender la relación existente entre la gestión estratégica de destinos rurales y las condiciones de vida de sus actores locales. En un contexto donde el turismo altoandino busca consolidarse como una alternativa de crecimiento, este estudio se propone analizar técnicamente cómo la competitividad del destino se asocia con el bienestar económico y social de la comunidad de Ccorcca.

Para una adecuada comprensión del proceso investigativo, el informe final se ha estructurado de la siguiente manera:

**Capítulo I:** Planteamiento del Problema, donde se describe la problemática del sector turismo en sus dimensiones internacional, nacional, local y en el distrito de Ccorcca, se formulan las interrogantes de investigación, se definen los objetivos y se detalla la justificación técnica, social, metodológica que sustenta el estudio, así como también la delimitación de la investigación.

**Capítulo II:** Marco Teórico Conceptual, que comprende la revisión de las bases teóricas que fundamentan las variables "Estrategias Competitivas" y "Desarrollo Socioeconómico", así como, el marco conceptual, marco legal y antecedentes internacionales, nacionales y locales, culminando con la formulación de las hipótesis y la operacionalización de variables.

**Capítulo III:** Detalla la Metodología de la investigación, la cual se rige bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico y un nivel correlacional con diseño no experimental de corte transversal. Se describe el proceso de determinación de la muestra, constituida por 160

unidades de análisis, la cual fue seleccionada considerando la participación de los actores clave: autoridades locales, prestadores de servicios turísticos, pobladores y visitantes. Asimismo, se especifican los procesos de validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados y se establece el uso del coeficiente Rho de Spearman como la prueba estadística no paramétrica para la contrastación de las hipótesis, permitiendo así demostrar científicamente la veracidad o falsedad de las mismas mediante el cálculo de la correlación entre las variables.

**Capítulo IV:** Resultados y Discusión, donde se presenta de manera sistemática la información obtenida mediante el análisis descriptivo e inferencial. En esta sección se realiza el contraste de hipótesis y la discusión de los hallazgos, confrontándolos con la teoría existente y los antecedentes establecidos.

Finalmente, se presentan las Conclusiones, que sintetizan los hallazgos principales en respuesta directa a los objetivos planteados, y las Recomendaciones, que proponen sugerencias académicas y técnicas para fortalecer la gestión turística rural, seguidas de las referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

## **CAPITULO PRIMERO**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 Situación Problemática**

El turismo se erige como una de las actividades comerciales más relevantes a nivel global, consolidándose como el motor económico predominante en numerosos países. Este sector no solo ha demostrado ser el de mayor crecimiento en términos de ingresos por divisas y generación de empleo, sino que también se posiciona como un pilar fundamental en la dinamización de las exportaciones. Además, su impacto en la balanza de pagos es determinante, ya que contribuye de manera significativa a la estabilidad y al fortalecimiento de la economía nacional, reflejando su papel estratégico en el desarrollo económico integral de las naciones.

El turismo se ha transformado en una actividad profundamente participativa y productiva en Europa y en diversas regiones del mundo, evidenciando su capacidad para integrar a comunidades locales y actores institucionales en un proceso de desarrollo

económico sostenible. De acuerdo la “Organización” Mundial del Turismo (OMT, 2018), dicha transformación ha impulsado la colaboración entre el sector público y privado, generando un entorno propicio para la innovación y la diversificación de la oferta turística. Autores como (Page's & Hall, 2014) destacan que la implicación activa de la comunidad en la creación y promoción de productos turísticos no solo enriquece la experiencia del visitante, sino que también fortalece la economía local mediante la generación de empleo y la dinamización de microempresas. Además, investigaciones en países europeos han demostrado que políticas turísticas integradas y estratégicas han permitido transformar pequeñas localidades en destinos competitivos a nivel internacional, consolidando al turismo como un motor clave para el crecimiento económico y el desarrollo social.

Según (Fernández, 2015), el “turismo sostenible” se fundamenta en la utilización óptima de los “recursos” naturales, garantizando que la explotación turística no comprometa la integridad de los ecosistemas. En este enfoque, se enfatiza la conservación de la biodiversidad y la mitigación de impactos ambientales negativos, lo que permite que los destinos mantengan sus atractivos naturales a largo plazo. Esta perspectiva reconoce que, para que el turismo sea verdaderamente sostenible, debe existir un equilibrio entre el desarrollo económico y la protección de los recursos ambientales, de modo que la actividad turística contribuya a la preservación del entorno sin degradarlo.

La actividad turística se erige como uno de los sectores económicos, dentro de la economía más dinámicos y transformadores a nivel mundial, generando empleo, divisas y promoviendo el desarrollo cultural y social en numerosos destinos. Según (Hall & Page, 2014), el turismo no solo impulsa el crecimiento económico mediante la inversión y la generación de ingresos, sino que también fomenta el intercambio cultural y la integración social, lo que contribuye a la cohesión global y a la diversificación de las economías

locales. Este fenómeno, al consolidarse como motor de desarrollo, ha permitido a diferentes países aprovechar sus recursos naturales y patrimoniales, traducándose en mejoras significativas en la calidad de vida de sus poblaciones y en la promoción de prácticas sostenibles en un entorno cada vez más globalizado.

Por otro lado, (Alcívar Vera & Bravo Acosta, 2017) destacan el papel del turismo sostenible como una alternativa para el desarrollo comunitario. Según estos autores, involucrar la participación de las comunidades locales en la organización y administración del turismo no solo promueve, sino que también beneficia la distribución equitativa de los beneficios económicos, sino que también fortalece la identidad cultural y promueve la cohesión social. La implementación de modelos de turismo que integren a la población anfitriona permite que ésta se convierta en protagonista de su propio desarrollo, garantizando que la actividad turística responda a las necesidades locales y contribuya a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

A nivel internacional, la actividad turística se ha consolidado como uno de los principales motores de crecimiento económico, generando empleo y divisas a escala global. La integración de mercados y la innovación en servicios turísticos han permitido que el sector contribuya significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) de numerosos países, evidenciando su importancia como herramienta para el desarrollo socioeconómico. Sin embargo, este crecimiento también ha planteado desafíos en términos de sostenibilidad y equidad, al requerir la implementación de estrategias que garanticen un aprovechamiento responsable de los recursos naturales.

Es así que en países como España han demostrado que el turismo puede ser un pilar fundamental para el desarrollo económico, dinamizando sectores complementarios y promoviendo inversiones en infraestructuras y servicios. No obstante, el crecimiento acelerado de la actividad turística ha evidenciado la necesidad de equilibrar los beneficios

económicos con la preservación del patrimonio cultural y natural. (Rey, 2014) argumenta que la experiencia española ha puesto de manifiesto la urgencia de replantear estrategias de crecimiento, orientándolas hacia un modelo inclusivo y sostenible que beneficie tanto a los visitantes como a los residentes.

En el contexto nacional, el turismo en el Perú representa uno de los principales motores de desarrollo económico y social. Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, este sector contribuye de manera significativa al Producto Bruto Interno (PBI) y genera una importante cantidad de empleos directos e indirectos en todo el territorio nacional (MINCETUR, 2024). Sin embargo, Supo (2021) sostiene que el desarrollo turístico peruano enfrenta aún diversos desafíos estructurales, entre ellos la centralización de las inversiones y la falta de políticas de articulación territorial que promuevan un crecimiento equilibrado entre las diferentes regiones del país. Esto ha provocado que el flujo de visitantes se concentre principalmente en destinos consolidados, como el Cusco y Machu Picchu, mientras que otras zonas con alto potencial, como Ccorcca, permanecen rezagadas en términos de competitividad y promoción.

De manera similar, Pulido y De la Torre (2020) enfatizan que la competitividad turística en el Perú depende en gran medida de la capacidad de los destinos para incorporar estrategias sostenibles, fortalecer su gestión organizacional y diversificar su oferta de productos turísticos. En esa misma línea, Rojas (2022) señala que la limitada innovación y liderazgo en las pequeñas empresas turísticas peruanas restringe el desarrollo económico local y reduce la posibilidad de generar valor agregado en las comunidades receptoras. Por tanto, aunque el país cuenta con un potencial turístico excepcional, la ausencia de estrategias competitivas adecuadas impide consolidar un modelo de turismo equitativo y sostenible que impulse el desarrollo socioeconómico de las poblaciones rurales.

A nivel local en Cusco, el desarrollo socioeconómico impulsado por la actividad turística ha experimentado un crecimiento sostenido en las últimas décadas. Reconocida mundialmente como la capital histórica del Perú y puerta de entrada a Machu Picchu, la ciudad se ha transformado en un epicentro turístico que dinamiza la economía local. Según (Salinas, 2019), el flujo constante de visitantes ha generado empleo en sectores tan diversos como el comercio, la gastronomía y la artesanía, y ha estimulado importantes inversiones en infraestructura y servicios. Este dinamismo económico ha permitido mejorar la calidad de vida de los residentes cusqueños, convirtiendo a la ciudad en un modelo de aprovechamiento del patrimonio cultural y natural para impulsar el desarrollo.

El distrito de Ccorcca, ubicado aproximadamente 40 minutos de la ciudad del “Cusco”, se posiciona como uno de los lugares turísticos alejados de la ciudad del Cusco, pero a su vez, alberga una riqueza cultural y natural de gran valor turístico. Entre sus principales atractivos culturales destaca un tramo del Qhapaq Ñan, red vial incaica que se encuentra en notable estado de conservación, lo que lo convierte en un recurso histórico de relevancia internacional. Asimismo, el distrito cuenta con impresionantes recursos naturales, como los farallones de Tecsecocha, formaciones rocosas que ofrecen un paisaje único, y las pinturas rupestres del hombre de Ccorcca, testimonio ancestral de la presencia humana en la zona. Además, el Apu Mama Simona, considerado un sitio sagrado, y otros paisajes ecológicos circundantes, brindan oportunidades excepcionales para el desarrollo del turismo vivencial y de naturaleza. Estos elementos, en conjunto, configuran a Ccorcca como un destino con un potencial turístico significativo, aunque aún poco explotado.

El diagnóstico de la “actividad turística” en el “Distrito” de Ccorcca, Provincia de Cusco, se sustenta en la identificación de deficiencias estructurales y operativas que limitan el potencial de desarrollo socioeconómico del sector. Se ha observado que la falta de infraestructura turística adecuada constituye uno de los principales impedimentos para

atraer y retener a los visitantes, afectando la experiencia turística y, por ende, la generación de ingresos y empleo en la región.

Asimismo, la carencia de capacitación en la población local agrava la situación, ya que los participantes en el sector turístico carecen de las competencias y saberes necesarios para gestionar y promover de manera eficiente los servicios turísticos. Esta limitación se traduce en una deficiente atención al turista y en la incapacidad para aprovechar plenamente el patrimonio cultural y natural que caracteriza al distrito.

Otro factor crítico identificado en el diagnóstico es la insuficiente promoción turística por parte de las entidades públicas, lo que reduce la visibilidad del destino en mercados potenciales. Además, se evidencia una marcada desarticulación institucional con la municipalidad, lo que impide la coordinación de acciones y el diseño de estrategias integrales que favorezcan el desarrollo del sector, generando un escenario de estancamiento y competitividad reducida.

En el pronóstico, los expertos advierten que, de mantenerse estas condiciones sin intervenciones adecuadas, el crecimiento del sector turístico podría verse seriamente comprometido. La persistencia de la falta de infraestructura y de capacitación, sumada a la escasa promoción y coordinación institucional, podría conducir a una disminución en la llegada de turistas, afectando negativamente los ingresos y el desarrollo socioeconómico local, y exacerbando la vulnerabilidad del destino ante cambios en el mercado global.

Sin embargo, se plantea un escenario alternativo en el que la implementación de estrategias competitivas integrales genere un impacto transformador. La inversión en infraestructura, la capacitación continua de la población local y el fortalecimiento de la coordinación interinstitucional se presentan como ejes fundamentales para revertir la

tendencia negativa y posicionar a Ccorcca como un destino turístico sostenible y competitivo, capaz de generar beneficios distribuidos equitativamente entre todos los actores involucrados.

El control del pronóstico se orienta hacia la creación de un sistema de seguimiento y evaluación basado en indicadores de gestión claros y precisos. Este sistema debe involucrar a entidades públicas, privadas y a la comunidad, permitiendo la monitorización constante de la evolución de la infraestructura, la efectividad de las capacitaciones y la eficiencia de las campañas de promoción. Así, se posibilitará la implementación de ajustes oportunos en las estrategias, garantizando la consolidación de un modelo de desarrollo socioeconómico sostenible para la actividad turística en el distrito.

Finalmente, la capacidad del turismo para estimular la inversión en infraestructura y servicios públicos ha sido reconocida como un factor clave en el desarrollo de regiones emergentes. La mejora en la conectividad, seguridad y calidad de los servicios impulsa no solo la llegada de turistas, sino también el desarrollo de sectores complementarios que benefician a la comunidad local. En este sentido, la experiencia de otros países demuestra que la implementación de estrategias coordinadas y sostenibles en el sector turístico puede transformar la dinámica socioeconómica de territorios con alto potencial, planteando así el reto de replicar modelos exitosos en el Distrito de Ccorcca.

## **1.2 Formulación del Problema**

### ***1.2.1 Problema General***

¿Existe alguna relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024?

### ***1.2.2 Problemas Específicos***

- 1 ¿Existe alguna relación entre el liderazgo innovador y el desarrollo socioeconómico de la “actividad turística” en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024?
- 2 ¿Existe alguna relación entre los servicios turísticos y el desarrollo socioeconómico de la “actividad turística” en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024?
- 3 ¿Existe alguna relación entre la gestión organizacional y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el “¿Distrito” de Ccorcca provincia de Cusco, periodo 2024?

### **1.3 Justificación de la Investigación**

#### ***Implicancia teórica***

Desde el punto de vista teórico, la presente investigación se sustenta en diversos enfoques y modelos que explican la relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico en contextos turísticos. En primer lugar, se considera el modelo de las ventajas competitivas de Porter (1980), que sostiene que la competitividad de una organización o territorio se basa en su capacidad para diferenciarse, liderar en costos o especializarse en un segmento determinado. Aplicado al ámbito turístico, este enfoque permite analizar cómo los destinos pueden desarrollar ventajas sostenibles a partir de sus recursos culturales, naturales y humanos.

Asimismo, la investigación se apoya en la teoría del desarrollo endógeno (Boisier, 1996; Vázquez Barquero, 2002), la cual plantea que el crecimiento socioeconómico de un territorio debe originarse desde sus propias potencialidades, capacidades locales y

participación comunitaria. Este enfoque es fundamental en el caso de Ccorcca, donde los recursos turísticos y culturales pueden convertirse en ejes dinamizadores del desarrollo local, siempre que sean gestionados mediante estrategias competitivas adecuadas y sostenibles.

Desde el ámbito internacional, estudios como el de Shaadi (2018) en México evidencian que la implementación de estrategias competitivas diferenciadas y sostenibles como la autenticidad cultural o la innovación en la oferta turística permite fortalecer la posición competitiva de los destinos y mejorar el bienestar de sus habitantes. Del mismo modo, investigaciones realizadas en Ecuador por Andrade (2020) y Vela (2020) confirman que el turismo, cuando se gestiona estratégicamente, genera impactos positivos en el empleo, los ingresos y la calidad de vida, aunque advierten sobre la necesidad de distribuir los beneficios de manera equitativa.

En el contexto nacional, los aportes de Rosales Conde (2024) en La Convención (Cusco) y Baños Chaparro (2019) en Ica respaldan teóricamente la correlación entre estrategias competitivas e indicadores de desarrollo socioeconómico, destacando que la diferenciación, la innovación y la gestión tecnológica son factores determinantes en la competitividad del turismo sostenible.

Por su parte, el estudio local de Oviedo Córdova (2021) en el distrito de Ccorcca evidencia una relación positiva y significativa entre el ecoturismo y el desarrollo socioeconómico, lo cual refuerza la pertinencia teórica de analizar las estrategias competitivas como motor de desarrollo territorial.

En síntesis, teóricamente el problema se justifica porque existe un vacío en la aplicación y evaluación de modelos estratégicos de competitividad en contextos rurales andinos como el de Ccorcca. Si bien las teorías existentes como la de Porter y el desarrollo

endógeno explican la competitividad en entornos empresariales y regionales, aún se requiere adaptar y comprobar empíricamente estos modelos en territorios donde el turismo se presenta como una alternativa sostenible para el desarrollo socioeconómico local.

### ***Implicancias Practicas***

El presente trabajo de investigación se justifica en el aspecto practico ya que proporciona herramientas y propuestas concretas para superar los desafíos que actualmente limitan el crecimiento del sector turístico en la zona. El estudio no solo identifica las problemáticas clave, como la falta de infraestructura, la escasa capacitación de los pobladores, la insuficiente promoción turística y la desarticulación institucional, sino que también plantea soluciones viables y aplicables que pueden ser implementadas por los actores involucrados. Una de las principales implicancias prácticas de esta investigación es su potencial para guiar la inversión en infraestructura turística, priorizando proyectos que respondan a las necesidades reales del distrito. Por ejemplo, la construcción de alojamientos, la mejora de las vías de acceso y la implementación de servicios básicos como agua, luz e internet permitirían elevar la calidad de la experiencia turística, atrayendo a un mayor número de visitantes y generando ingresos económicos para la población local.

Otra implicancia práctica relevante es el enfoque en la promoción y marketing turístico. La investigación sugiere estrategias innovadoras, como el uso de plataformas digitales y la colaboración con agencias de viajes, para aumentar la visibilidad del distrito como un destino atractivo. Estas acciones podrían incrementar la afluencia de turistas, dinamizando la economía local y generando nuevas oportunidades de empleo.

### ***Relevancia Social***

El desarrollo de la investigación sobre "Estrategias competitivas para el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, año 2024" posee una relevancia social significativa, ya que aborda una problemática que afecta directamente a la "calidad" de vida de la ciudadanía local. El distrito de Ccorcca, a pesar de contar con un patrimonio cultural y natural de gran valor, enfrenta serias limitaciones para consolidarse como un destino turístico competitivo. Estas limitaciones, como la falta de infraestructura, la escasa capacitación de los pobladores, la insuficiente promoción turística y la desarticulación institucional, han impedido que la actividad turística se convierta en un motor de desarrollo socioeconómico para la comunidad.

Así también la justificación social de este estudio radica en su potencial para generar propuestas concretas que permitan superar estas barreras y aprovechar el turismo como una herramienta para mejorar la condición de vida de los habitantes de Ccorcca. Al fortalecer la infraestructura turística, se crearían nuevas oportunidades de empleo y se incrementarían los ingresos económicos de las familias locales. Asimismo, la capacitación de los pobladores en temas turísticos no solo mejoraría la calidad de los servicios ofrecidos, sino que también empoderaría a la comunidad, permitiéndole participar activamente en la gestión y promoción de su patrimonio.

### ***Justificación económica***

Desde el enfoque económico, el turismo representa una fuente clave de crecimiento y diversificación productiva.

Según el MINCETUR (2022), el sector turístico aporta el 3,9% del PBI nacional y genera más de 1,4 millones de empleos directos e indirectos. Sin embargo, distritos

como Ccorcca aún no logran incorporarse plenamente a esta dinámica por la falta de estrategias competitivas.

Esta investigación busca demostrar que la inversión en infraestructura, la innovación en servicios y la articulación institucional son factores que pueden elevar la productividad local, dinamizar el comercio, atraer inversión privada y mejorar la calidad de vida de la población.

De esta manera, el estudio tiene un impacto económico tangible, orientado al fortalecimiento de la economía local y regional a través del turismo sostenible.

### ***Utilidad Metodológica***

La investigación sobre "Estrategias competitivas para el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, año 2024" se justifica metodológicamente por su diseño descriptivo-correlacional, su enfoque cuantitativo y su carácter no probabilístico, los cuales permiten abordar de manera integral y rigurosa los objetivos planteados. Este enfoque metodológico resulta especialmente útil para estudiar el vínculo entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico del turismo en el distrito, al tiempo que proporciona una comprensión profunda de la realidad estudiada.

Es así que a través de un nivel descriptivo de la investigación permite caracterizar de manera detallada la situación actual de la actividad turística en Ccorcca, identificando sus principales problemáticas, recursos y oportunidades. Este análisis descriptivo no solo ofrece un diagnóstico preciso, sino que también sirve como base para proponer estrategias adaptadas a las necesidades específicas del distrito. Por otro lado, el componente correlacional permite examinar la relación entre las variables de estudio, es decir, entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico. Este enfoque es fundamental

para determinar cómo las acciones en materia de infraestructura, capacitación, promoción y articulación institucional pueden influir en el bienestar de la población y en el crecimiento económico local.

### ***Justificación investigativa***

En el aspecto investigativo, el estudio aporta evidencia empírica y metodológica en un contexto poco explorado: los distritos rurales con potencial turístico en Cusco.

Su diseño descriptivo–correlacional y enfoque cuantitativo permiten analizar la relación entre las estrategias competitivas (variable independiente) y el desarrollo socioeconómico (variable dependiente) desde una perspectiva integral.

Metodológicamente, el enfoque cuantitativo combina la precisión cuantitativa de los resultados estadísticos con la interpretación cualitativa de las percepciones locales, generando un modelo analítico aplicable a futuras investigaciones en turismo y desarrollo.

Por tanto, la investigación no solo contribuye al conocimiento científico, sino que también fortalece la base metodológica para estudios sobre planificación y gestión turística sostenible.

### ***Viabilidad***

Dicho trabajo de investigación es viable debido a la convergencia de factores que favorecen su ejecución y la disponibilidad de recursos necesarios para su desarrollo. En primer lugar, el “distrito” de Ccorcca cuenta con una abundante herencia cultural, natural y patrimonial que constituye una base sólida para el desarrollo turístico. Entre sus principales atractivos se encuentran el tramo del Qhapaq Ñan, los farallones de Tecsecocha, las “pinturas rupestres” del hombre de Ccorcca, el Apu Mama Simona y una diversidad de “paisajes ecológicos” que ofrecen oportunidades únicas para el turismo

vivencial y de naturaleza. Además, las tradiciones, artesanías y costumbres locales representan un valor agregado que puede ser promovido como parte de la experiencia turística, lo que refuerza el potencial del distrito como destino competitivo

En segundo lugar, la viabilidad de la investigación se sustenta en la disponibilidad de información y fuentes de datos accesibles. Las instituciones locales, como la municipalidad de Ccorcca, las organizaciones comunitarias y las entidades públicas relacionadas con el turismo, pueden proporcionar datos relevantes y facilitar el acceso a los actores clave para la recolección de información. Asimismo, la participación activa de la comunidad local, que tiene un profundo conocimiento de su territorio y sus recursos, es un factor que garantiza la obtención de información confiable y contextualizada.

Finalmente, la viabilidad de la investigación también se respalda en el interés y compromiso de los actores locales por impulsar el desarrollo turístico del distrito. La municipalidad, las organizaciones comunitarias y los pobladores reconocen la importancia del turismo como una herramienta para mejorar sus condiciones socioeconómicas, lo que facilita la colaboración y el apoyo durante el proceso de investigación. Este compromiso local no solo garantiza la obtención de información, sino que también aumenta las posibilidades de que los resultados del estudio sean implementados de manera efectiva

## **1.4 Objetivos de la Investigación**

### ***1.4.1 Objetivo General***

Determinar si existe alguna relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.

### **1.4.2 *Objetivos Específicos***

- 1 Determinar si existe alguna “relación” entre el liderazgo innovador y el desarrollo socioeconómico de la “actividad turística” en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.
- 2 Determinar si existe alguna relación entre los servicios turísticos y el desarrollo socioeconómico de la “actividad turística” en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.
- 3 Determinar si existe alguna relación entre la gestión organizacional y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca provincia de “Cusco”, periodo 2024.

## **1.5 Delimitación de la Investigación**

### **1.5.1 *Delimitación Espacial***

El actual estudio se realizó en el “distrito” de Ccorcca, ubicado en la provincia de Cusco, provincia de Cusco. Dicho distrito es reconocido por su riqueza cultural, histórico y natural, pero su potencial turístico aún no ha sido desarrollado de manera estratégica. La investigación abarca las comunidades principales del distrito y se enfoca en las áreas con mayores atractivos turístico, como sitios arqueológicos, paisajes naturales y manifestaciones culturales.

### **1.5.2 *Delimitación Temporal***

La investigación se desarrolló a lo largo del año 2024, analizando las condiciones existentes durante ese año en términos de estrategias competitivas implementadas y el desarrollo socioeconómico derivado de las actividades turísticas. Este enfoque permite

evaluar tanto los resultados objetivos como las limitaciones del modelo de gestión turística vigente en ese periodo.

### ***1.5.3 Delimitación Conceptual***

**Estrategias Competitivas:** Se refiere a las acciones planificadas y orientadas a mejorar la competitividad del distrito como destino turístico, incluyendo mejora en infraestructura, capacitación de recursos humanos, promoción y diversificación de la oferta turística.

**Desarrollo Socioeconómico:** Comprende el incremento en la calidad de “vida” de los habitantes del “distrito” de Ccorcca, medido a través de indicadores como generación de empleo, aumento de ingresos, acceso a servicios básico, y mejora de oportunidades educativas y culturales.

**Actividad Turística:** Incluye las interacciones económicas, sociales y culturales que se generan a partir de la llegada de turistas al distrito, así como los servicios ofrecidos por la comunidad local.

Esta delimitación asegura que el estudio sea claro y enfocado, permitiendo abordar con precisión la problemática y alcanzar los objetivos planeados.

## **CAPTULO SEGUNDO**

### **MARCO TEORICO CONCEPTUAL**

#### **2.1 Bases Teóricas**

##### **2.1.1 *Estrategias Competitivas***

Según (Porter, 2009) define las estrategias competitivas como "el conjunto de acciones que una organización o destino emprende para alcanzar una posición favorable en el mercado, basándose en la diferenciación, el liderazgo en costos o el enfoque en un nicho específico". En el ámbito turístico, estas estrategias buscan mejorar la competitividad del destino a través de la optimización de sus recursos y la satisfacción de las necesidades de los visitantes.

Además, las estrategias competitivas son un conjunto de acciones planificadas que buscan posicionar a una organización, sector o destino en una posición favorable dentro de un mercado altamente competitivo. En el contexto del turismo, estas estrategias están orientadas a mejorar la oferta turística, atraer visitantes y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local.

Por su parte, Ritchie y Crouch (2003) definen estas estrategias en el ámbito turístico como los métodos sistemáticos mediante los cuales los destinos logran destacar en un entorno global altamente competitivo, creando experiencias únicas que atraen a visitantes y promueven el desarrollo local. Asimismo, Kotler, Bowen y Makens (2016) conceptualizan las estrategias competitivas en el turismo como el proceso estratégico por el cual las organizaciones identifican oportunidades en el mercado, asignan recursos de manera eficiente y generan valor tanto para los turistas como para la comunidad local.

### ***2.1.2 Importancia de las Estrategias Competitivas***

La importancia de las estrategias competitivas en el sector turístico radica en su capacidad para impulsar el desarrollo socioeconómico de los destinos. Estas estrategias permiten no solo aumentar la atracción de visitantes y generar mayores ingresos, sino también mejorar la calidad de “vida” de las comunidades locales por medio de la creación de trabajo y la diversificación de la economía regional. Diversos estudios han demostrado que la implementación de modelos competitivos y sostenibles favorece la preservación del patrimonio cultural y natural, al mismo tiempo que promueve la innovación en la oferta turística (Kotler, Bowen, & Makens, 2016; Porter, 1985).

### ***2.1.3 Clasificación de las Estrategias Competitivas***

Las estrategias competitivas pueden clasificarse en tres tipos principales, según (Porter, 2009):

- A. ***Liderazgo en Costos:*** Estrategias orientadas a ofrecer servicios turísticos a un costo menor que los competidores, sin comprometer la calidad. Esto puede lograrse mediante la optimización de recursos y la eficiencia operativa (Porter, 2009).

Según (Centros Europeos de Empresas Innovadoras, 2008) La hipótesis de fondo de la estrategia de liderazgo reside en la capacidad de producir y vender el producto soportando menores costes que la competencia. La empresa que compite por costes busca lograr un coste completo acumulado inferior al de sus competidores, al ser el coste del producto el factor decisivo la empresa con menores costes tendrá una mayor cuota de mercado. Es importante resaltar que no consiste en producir barato solamente, sino que hay que trabajar en todos los costes de la empresa para conseguir la competitividad por costes.

*Los principales requerimientos de esta estrategia son tres:*

- Que el precio sea el factor clave de competencia
- Una inversión generalmente alta para asegurar la eficiencia en todos los procesos.
- Conseguir una elevada cuota de mercado. Es una estrategia más costosa de desarrollar

B. **Diferenciación:** Estrategias que buscan ofrecer una experiencia turística única y diferenciada, basada en la innovación, la calidad de los servicios y la autenticidad cultural (Porter, 2009).

Según (Centros Europeos de Empresas Innovadoras, 2008) se basa en alcanzar ventajas competitivas mediante el ofrecimiento de un producto distinto con cualidades diferenciales que sean apreciables por parte de los consumidores y les mueva a pagar un precio superior por el producto (sobrepago por originalidad). A continuación, se detallan algunos elementos en los que puede estar basado la diferenciación son:

- Diferente relación calidad/precio
- Nivel de exclusividad con respecto al precio (Prada)
- Diversidad de la gama de productos ofertada (Hipercor)
- Diseño o fiabilidad del producto o servicio
- Imagen de marca lograda en el mercado
- Tecnología incorporada al proceso de obtención del producto
- Innovación y modificaciones introducidas en los productos
- Flexibilidad de adaptación y rapidez de respuesta al mercado.
- Servicio brindado al cliente antes y después de la compra
- Forma de realizar la distribución (Línea Directa Aseguradora)
- Garantías posventa ofrecidas

C. **Enfoque o Nicho:** Estrategias dirigidas a segmentos específicos del mercado turístico, como el turismo cultural, ecológico o de aventura, que permiten satisfacer las necesidades particulares de estos grupos (Porter, 2009).

Según (Centros Europeos de Empresas Innovadoras, 2008) indica que la estrategia implica la selección de un segmento o nicho de mercado (compradores, producto o zonas geográficas) para concentrar en él la oferta de la empresa, de forma que se pueda competir del modo más eficaz. La empresa reduce su ámbito de competencia en el mercado para sacar mayor provecho de sus posibilidades. Su aplicación está basada en la diversidad de la demanda. A continuación, se muestran algunas de las formas de segmentar un mercado:

- Edad
- Sexo
- Raza/religión
- Estado civil
- Clase social a la que se les puede integrar
- Nivel de educación
- Claves de su personalidad
- Estilo de vida que mantienen
- Localización geográfica y comercial
- Poder adquisitivo que manifiestan
- Formas de uso principal y/o secundario del producto/servicio

#### ***2.1.4 Dimensiones de las Estrategias Competitivas***

Las estrategias competitivas constituyen un elemento esencial en la gestión empresarial moderna, pues permiten a las organizaciones definir planes de acción orientados a obtener ventajas sostenibles dentro de su entorno. De acuerdo con Porter (1980, 1985), la competitividad se basa en la capacidad de una empresa para diferenciarse de sus competidores mediante liderazgo en costos, diferenciación o enfoque en un segmento específico del mercado. En este sentido, las estrategias competitivas representan no solo un conjunto de decisiones, sino una visión integral que articula innovación, liderazgo y gestión organizacional para lograr un posicionamiento sólido.

En el ámbito turístico, la aplicación de las estrategias competitivas adquiere una relevancia particular, dado que la diferenciación del servicio y la creación de experiencias auténticas son factores determinantes para atraer y fidelizar visitantes. Según BBVA (2021), las estrategias competitivas son los planes que desarrollan las empresas para posicionarse en el mercado y obtener una ventaja sobre sus competidores. Esta definición pone de relieve la necesidad de planificar y ejecutar acciones coherentes que integren la innovación, la calidad del servicio y la gestión eficiente de los recursos.

Por tal motivo, en el presente estudio, la variable Estrategias competitivas se operacionaliza en tres dimensiones fundamentales: Liderazgo innovador, Servicios turísticos y Gestión organizacional. Si bien no existe un autor que proponga exactamente esta subdivisión, cada una de estas dimensiones se sustenta en enfoques teóricos ampliamente reconocidos. El Liderazgo innovador se apoya en las ideas de Schumpeter (1934) y Drucker (1985), quienes destacan la innovación como fuente esencial de ventaja competitiva y cambio empresarial. La dimensión Servicios turísticos encuentra respaldo en los aportes de Kotler, Bowen y Makens (2017) y Ritchie y Crouch (2003), quienes vinculan la competitividad con la calidad, autenticidad y sostenibilidad del servicio turístico. Finalmente, la Gestión organizacional se fundamenta en las teorías de Chiavenato (2017), Mintzberg, Ahlstrand y Lampel (2005) y Barney (1991), quienes resaltan la planificación, la coordinación y la administración eficiente de los recursos como pilares estratégicos para el éxito organizacional. En conjunto, estas tres dimensiones reflejan una visión integral de las estrategias competitivas aplicadas al turismo, donde la innovación, la excelencia en el servicio y la gestión efectiva se combinan para generar ventajas sostenibles y promover el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales.

### **2.1.4.1 Liderazgo Innovador**

#### **A. Concepto**

Esta dimensión se refiere a la capacidad de un destino para innovar en su oferta turística, incorporando nuevas tecnologías, experiencias únicas y prácticas sostenibles. Según Hjalager (2010), la innovación en el turismo es clave para mantener la competitividad y adaptarse a las cambiantes demandas del mercado

#### **B. Características del liderazgo innovador**

“El liderazgo es el acto de incluir en los demás para que actúen a favor del cumplimiento de una meta” Hellriegel & Slocum (2009). En este contexto, el líder innovador entonces incluye en sus subordinados de manera que tengan un comportamiento tal que produzca innovación. Por lo tanto, la cultura organizacional debe respaldar el liderazgo innovador.

Así mismo, Lyons (2011) plantea que un líder innovador debe ser capaz de definir oportunidades, haciendo una valoración y selección de las ideas, identificando riesgos, para finalmente desarrollar la capacidad de la organización. Para Castrillón (2011), implica un proceso de interacción entre personas para direccionar las actividades de un grupo, con el fin de alcanzar una meta común que permita transformar tanto a la empresa como a las personas que colaboran en ella. En este sentido Juárez & Contreras (2012) arman que los líderes deben adaptarse a la complejidad e, incluso, la adversidad de las circunstancias.

#### **2.1.4.2 Servicios Turísticos.**

Según (Silva Barrera, 2019) indica que el servicio turístico debe funcionar de manera muy organizada, con el objetivo de satisfacer las demandas propuestas por cualquier estructura socioeconómica de una corriente turística específica. Actualmente, reconocer y cubrir las demandas de los clientes ha ayudado a generar una ventaja competitiva en términos de servicio para las compañías del sector turístico. Además, el servicio se compone de la interacción entre los distintos participantes (humanos, transporte, hospedajes y diversiones, entre otros), que actúan al momento de cubrir las necesidades de los clientes, con la finalidad de mantener su lealtad, es decir, consumidores constantes de su producto.

Adicionalmente la calidad y diversidad de los servicios ofrecidos a los turistas, como alojamiento, transporte, gastronomía y actividades recreativas. Para (Kozak & Rimmington, 2000), la excelencia en los servicios turísticos es un factor determinante para la satisfacción del visitante y la fidelización del destino.

#### **2.1.4.3 Gestión Organizacional para el Turismo.**

##### **A. Concepto**

La gestión organizacional en el turismo hace referencia al proceso de planificación, organización, dirección y supervisión de los recursos y actividades relacionados con la actividad turística, con el objetivo de maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales. Para (Ritchie & Crouch, 2003), una gestión eficiente implica la creación de estructuras organizativas claras, la definición de roles y responsabilidades, y la implementación de mecanismos de coordinación

entre los diferentes actores involucrados. En el contexto de Ccorcca, esto significa establecer una gobernanza turística que permita la participación activa de la municipalidad, las comunidades locales, las entidades públicas y los operadores turísticos.

## **B. Importancia de la Gestión Organizacional**

La gestión organizacional es crucial para el desarrollo turístico por varias razones. En primer lugar, permite una planificación estratégica que identifica las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del destino, lo que facilita la toma de decisiones informadas. En segundo lugar, promueve la coordinación interinstitucional, evitando la duplicación de esfuerzos y garantizando que los recursos se utilicen de manera eficiente. Finalmente, fomenta la participación comunitaria, asegurando que las estrategias turísticas respondan a las necesidades y expectativas de la población local (Hall, *Tourism planning: Policies, processes and relationships.*, 2008)

En síntesis, las dimensiones Liderazgo innovador, Servicios turísticos y Gestión organizacional representan una adaptación contextual de las teorías clásicas de estrategia y competitividad al ámbito del turismo. Cada una de ellas traduce los principios generales del pensamiento estratégico en componentes operativos que reflejan las dinámicas reales de las empresas turísticas y su entorno socioeconómico.

Desde la perspectiva de Porter (1980, 1985), la ventaja competitiva se sustenta en la capacidad de una empresa para diferenciarse o liderar costos dentro de su industria. Sin embargo, en el contexto actual, caracterizado por la globalización, la digitalización y la búsqueda de experiencias auténticas, estos

principios deben complementarse con factores contemporáneos como la innovación, la sostenibilidad y la gestión del conocimiento. En ese sentido, el liderazgo innovador surge como una dimensión clave que expresa la capacidad de los empresarios turísticos para promover la creatividad, adoptar nuevas tecnologías, fomentar la participación y generar una cultura organizacional orientada al cambio y la mejora continua (Drucker, 1985; Schumpeter, 1934).

Por otro lado, la dimensión de servicios turísticos traslada la lógica competitiva al producto central del sector: la experiencia del visitante. Tal como sostienen Ritchie y Crouch (2003) y Kotler, Bowen y Makens (2017), la competitividad de un destino o empresa turística depende de su habilidad para ofrecer servicios de calidad, diversificados y coherentes con las expectativas del turista moderno. En este marco, la innovación en la oferta, la incorporación de elementos culturales locales y la orientación al cliente se convierten en estrategias esenciales para fortalecer la identidad y el posicionamiento competitivo del destino.

Finalmente, la gestión organizacional actúa como el eje estructural que articula la estrategia con la práctica. De acuerdo con Barney (1991) y Chiavenato (2017), una gestión eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros contribuye a la consolidación de ventajas sostenibles, mientras que Mintzberg, Ahlstrand y Lampel (2005) subrayan que la planificación estratégica, la coordinación institucional y la toma de decisiones informadas son pilares de una organización competitiva. En el ámbito turístico, una gestión sólida garantiza la coherencia entre los objetivos empresariales, las necesidades del entorno y la satisfacción del visitante.

En conjunto, estas tres dimensiones liderazgo innovador, servicios turísticos y gestión organizacional permiten operacionalizar el concepto de estrategias competitivas en un modelo integral que abarca tanto la visión estratégica como la acción práctica. Su articulación favorece la creación de valor, el fortalecimiento del tejido empresarial local y el incremento de la competitividad del destino turístico. Así, las estrategias competitivas no solo contribuyen al éxito individual de las empresas, sino que también impulsan el desarrollo socioeconómico de la comunidad, al generar empleo, fomentar la inversión y promover una gestión turística sostenible e inclusiva (BBVA, 2021; OMT, 2019).

### ***2.1.5 Desarrollo Socioeconómico***

El desarrollo socioeconómico es un concepto multidimensional que integra el crecimiento económico con la mejora de las condiciones sociales de una comunidad. En el ámbito del turismo, este progreso alude a la habilidad de la actividad turística para producir ganancias económicas y elevar el nivel de vida de los habitantes y promover el bienestar social. Según (Todaro & Smith, 2020), el desarrollo socioeconómico no solo implica un aumento en los ingresos, sino también la reducción de la pobreza, la mejora en el acceso a servicios básicos y la promoción de la equidad social. Para el distrito de Ccorcca, el turismo representa una oportunidad para impulsar este tipo de desarrollo, siempre que se implementen estrategias que garanticen la sostenibilidad y la inclusión.

Para (Schumpeter, 1934), el desarrollo económico es "un proceso de transformación estructural que implica la innovación, la inversión y la creación de nuevas oportunidades económicas". En el contexto turístico, esto se traduce en la generación de trabajo formal, el aumento de los beneficios y la diversificación de la economía local.

### **2.1.6 Importancia del desarrollo socioeconómico**

El desarrollo socioeconómico es fundamental para garantizar que los ingresos del turismo se reduzcan de manera equitativa y coadyuven al “bienestar” de la población local. Según (Sharpley & Telfer, 2014), el turismo puede ser un motor de desarrollo socioeconómico si se gestiona de manera sostenible, promoviendo la inclusión social, la conservación del patrimonio y la generación de ingresos. En el caso de Ccorcca, el turismo representa una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, siempre que se implementen estrategias que prioricen la participación comunitaria y la sostenibilidad

### **2.1.7 Dimensiones del desarrollo socioeconómico**

#### **A. Calidad de Vida**

Esta dimensión se refiere al bienestar físico, mental y social de la población. Según (Sen, 1999), la calidad de vida está relacionada con el acceso a servicios básicos como salud, educación y vivienda, así como con la participación enérgica de la comuna en la toma de “decisiones”. En el contexto de Ccorcca, el turismo puede contribuir a mejorar la calidad de vida mediante la generación de empleo, la mejora de la infraestructura y la promoción de la inclusión social.

#### **B. Ingresos Económicos.**

Los ingresos económicos generados por el turismo son un indicador clave del desarrollo socioeconómico. Según (Todaro & Smith, 2020), el aumento de los ingresos permite a las familias acceder a mejores condiciones de vida y reducir la pobreza. En Ccorcca, el turismo puede generar ingresos por medio de la comercialización de prestaciones

turísticas, la comercialización de artesanías y la formación de empleos directos e indirectos.

### ***C. Desarrollo Local.***

El desarrollo local se refiere al proceso de mejora de las condiciones económicas, sociales y ambientales de una comunidad. Según (Vázquez-Barquero, 2002), el desarrollo local implica la participación energética de los actores locales en la planeación y resolución de estrategias que promuevan el crecimiento sostenible. En Ccorcca, el turismo puede ser una herramienta para el desarrollo local si se implementan estrategias que fomenten la participación comunitaria, la conservación del patrimonio y la equidad en la distribución de beneficios.

#### ***2.1.8 Actividad Turística***

##### **A. Concepto**

La actividad turística es un fenómeno social, económico y cultural que ha cobrado gran relevancia en las últimas décadas debido a su capacidad para generar desarrollo y bienestar en las comunidades. Esta actividad se define como el conjunto de actividades llevadas a cabo por los individuos durante sus desplazamientos y permanencias en sitios diferentes a su ambiente cotidiano, con fines de ocio, negocios u otros motivos. Según la (OMT, 2019), el turismo es una de las industrias más dinámicas y con mayor potencial de crecimiento a nivel global, contribuyendo al desarrollo económico, la creación de empleo y la preservación del patrimonio cultural y natural.

Según (Organización Mundial del Turismo, 2019) indica que la actividad turística implica el traslado de un lugar de residencia habitual, las 24 horas del día durante más de 2 horas y menos de un año para disfrutar y gozar del “destino turístico”. Por tanto, esta

tarea incluye el uso y puesta en marcha de vehículos y viviendas. En este sentido, el producto turístico consiste en un conjunto de “bienes” y prestaciones que están disponibles para el “consumo directo” para los visitantes. Cabe señalar que deben estar encaminados a satisfacer los deseos y expectativas de los huéspedes. Numerosos escritores sostienen que cada producto turístico se compone de cinco elementos:

- Atractivos y alrededor del “destino turístico”: Los “atractivos” forman el final del movimiento “turístico”, se denominan lugares, objetos o eventos.
- Instalaciones y servicios turísticos que se ofrecen en el sitio turístico: Es una instalación turística, que consta de equipamientos (servicios básicos) e instalaciones (instalaciones para la promoción de actividades turísticas).
- Accesibilidad del “destino turístico”: Es importante que el visitante llegue al sitio turístico.
- Vista del “destino”: apreciación que tienen los turistas del destino, la cual se evalúa por el impacto del marketing en un lugar específico, por ende, la elaboración de productos debe enfocarse en los turistas y habitantes para potenciar la reputación del mismo lugar. y su solidez a lo largo del tiempo.
- Costo del consumo “turístico”: herramienta consistente en el monto que el cliente está “dispuesto” a gastar para satisfacer sus necesidades.

### ***B. Teorías sobre la Actividad Turística***

- ***Teoría del Ciclo de Vida del Destino Turístico (Butler, 1980)***

Butler propone que los destinos turísticos pasan por un ciclo de vida que incluye las etapas de exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento. Esta teoría es útil para entender cómo

los destinos evolucionan y qué estrategias pueden implementarse para mantener su competitividad. En el caso de Ccorcca, esta teoría sugiere la necesidad de planificar estrategias que eviten el estancamiento y fomenten el rejuvenecimiento del destino a través de la innovación y la sostenibilidad.

- ***Teoría de la Motivación Turística***

Dann (1977) identifica que las personas viajan motivadas por factores de "empuje" (necesidades internas, como el deseo de descanso o aventura) y factores de "atracción" (características del destino, como sus atractivos culturales o naturales). Esta teoría es fundamental para diseñar estrategias de promoción que resalten los atractivos únicos de Ccorcca, como el Qhapaq Ñan y los farallones de Tecsecocha.

- **Teoría de la Sostenibilidad Turística (Hunter, 1997)**

Hunter (1997) argumenta que el turismo debe desarrollarse de manera sostenible, equilibrando el crecimiento económico, la equidad social y la protección ambiental. Esta teoría es especialmente relevante para Ccorcca, ya que su patrimonio cultural y natural requiere un enfoque de turismo responsable que garantice su conservación para las generaciones futuras.

### ***2.1.9 Importancia de la Actividad Turística***

La actividad "turística" es un motor de desarrollo socioeconómico, ya que genera empleo, incrementa los ingresos económicos y mejora la calidad de vida de las comunidades. Según (Sharpley & Telfer, 2014), el turismo también contribuye a la preservación del patrimonio cultural y natural, siempre que se implementen prácticas sostenibles. En Ccorcca, la actividad turística puede convertirse en un medio para

disminuir la pobreza, promover la inclusión social y conservar los recursos naturales y culturales.

### ***2.1.10 Impactos que genera la actividad turística***

Según (Manzano, 2016) indica que los grandes los efectos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, evidenciados en la relación entre los visitantes, el destino y su población. Estos efectos se vinculan con la "capacidad de carga", la cual establece los costos y ventajas del crecimiento turístico. Así pues, es necesario incorporar las actividades turísticas en el denominado "turismo sostenible" para asegurar la integridad cultural, los "procesos ecológicos relevantes" y la "diversidad biológica" de los lugares de interés (p. 01).

#### **2.1.10.1 Impactos Económicos del Turismo.**

Según (Azcue, Cruz, & Varisco, 2018) indica que El turismo es una actividad intrincada con un impacto significativo en la región. La complejidad no solo implica las diversas dimensiones en las que se expresan estos impactos (económicos, sociales, ambientales, culturales y políticos), sino también la interrelación de todos estos y, por ende, la incertidumbre del camino que puede emprender un sistema turístico territorial. Bajo esta perspectiva, siempre es relevante recordar que cuando abordamos el turismo desde una perspectiva económica, destacamos las consecuencias de este sistema complejo en el escenario económico y la interacción entre los subsistemas de oferta y demanda. Para prevenir una disminución reduccionista de la realidad, se deben mantener todas las relaciones entre los subsistemas y las consecuencias hacia otros contextos quedan relegadas, pero continúan siendo evidentes.

En resumen, lo que sí se puede afirmar que el turismo es una actividad relevante que genera y redistribuye “recursos económicos” como destacan lo siguiente:

#### **A. El Turismo como generador de ingresos.**

Se espera que las actividades turísticas generen ingresos para los gobiernos, las empresas y las comunidades anfitrionas en diferentes fracciones del “mundo”. De acuerdo la “Organización Mundial” del Turismo (OMT), los ingresos mundiales por turismo en 2016 fueron de aproximadamente US\$1´220,000, Principalmente se encuentran en América del Norte, Europa, el Sudeste Asiático y el Pacífico. Esto sitúa al turismo como la tercera categoría más grande de exportación a nivel global, tras los combustibles y los productos químicos, pero por encima de los alimentos (UNWTO, 2017). Sin embargo, los beneficios por la actividad turística incluyen no “solo” el turismo receptor, sino también el turismo interno, es decir, también debe tenerse en cuenta el turismo que los residentes de tal o cual país hacen en su territorio.

De esta manera, el consumo turístico interno traduce el gasto del visitante en un aumento de las entradas de la economía destinataria, y el método más adecuado para evaluar este efecto es a través de una cuenta satélite de turismo. De los antecedentes algunos de los principales indicadores que se pueden obtener:

- ✓ Valor añadido según las características de la actividad turística
- ✓ El conjunto de Productos Turísticos Interiores, que, en contraposición al anterior, incorpora el valor adicional generado como respuesta al consumo turístico interno en todas las actividades económicas vinculadas a la actividad.

- ✓ “Demanda turística” general, es decir. H. Consumo total del turismo interno, inversión y consumo colectivo (gastos del estado).

## **B. La generación de divisas.**

Este efecto proviene únicamente del turismo internacional y está relacionado principalmente con los ingresos de divisas del país de acogida, resultado del desembolso de los visitantes no nativos. Aunque es un ejemplo particular del impacto en la generación de ingresos, su análisis como efecto particular está vinculado con la relevancia que posee para los países en vías de desarrollo el registro de divisas, lo que les facilita cubrir los déficits comerciales (exportaciones, mini importaciones) y los intereses de la deuda externa.

La “balanza de pagos” es un instrumento contable nacional que documenta las operaciones financieras entre ciudadanos y no ciudadanos. La influencia del turismo en la balanza de pagos es relevante no únicamente por los ingresos en divisas, sino también por los costos, aunque existen dificultades metodológicas para evaluar este aspecto.

El objetivo de la balanza turística o cuenta de turismo exterior es identificar y reorientar los datos del “turismo internacional” en relación con los movimientos de divisas (Vellas, 2000). La Tabla N° 1 especifica los principales elementos que deben incluirse en este balance.

**Tabla 1. Balanza Turística**

<b>Ingreso de Recursos</b>	<b>Egreso de Recursos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos Gastos turísticos que realizan los no residentes en el país, incluyendo las adquisiciones de productos nacionales y artesanías</li> <li>• Ingresos de “capital” (inversión directa de origen extranjero - incluyendo segundas viviendas).</li> <li>• Acciones de promoción de entidades internacionales en la nación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos turísticos directos (costos de los visitantes nacionales por desplazamiento internacional)</li> <li>• Importación de productos y servicios diseñados para el consumo turístico del lugar de origen.</li> <li>• Importación de productos de capital para compañías de turismo.</li> <li>• Asignaciones a elementos productivos foráneos (salarios, comisiones).</li> <li>• Remuneraciones de ganancias por inversiones foráneas.</li> <li>• Gastos de promoción en el exterior.</li> </ul>

Fuente: (Azcue, Cruz, & Varisco, 2018)

### C. El empleo en el sector turístico.

De acuerdo a la OMT, 1 de cada 10 empleos disponibles en el mercado laboral en todo el mundo está en el sector del turismo, y esta cifra muestra claramente el peso correspondiente de este impacto. Según Mathieson y Wall (1990), en el párrafo “clásico” a cerca de efectos, "Turismo. Efectos económicos, físicos y sociales", hay un vínculo causal entre los ingresos de la actividad turística y el aspecto empleo, aunque aclaran que estos no son necesariamente de la misma magnitud. Por lo general, el turismo es una actividad llena de dinamismo en términos de mano de obra., lo que significa que crea más puestos de trabajo por unidad de inversión que otras actividades.

**D. La Actividad Turística ayuda a justificar el desarrollo de “ciertas infraestructuras” y servicios.**

En numerosas situaciones, los flujos de visitantes que recibe una localidad, incluso durante un corto lapso del año, contribuyen a justificar y hacer más lucrativos ciertos proyectos de inversión, como, por ejemplo, pavimentar vías de acceso y calles, edificar o ampliar las redes de servicios esenciales, instalar teléfonos, entre otros. Estas mejoras, además de beneficiar a los visitantes durante su estancia en la comuna, benefician a los habitantes permanentes durante todo el año.

La catalogación del empleo en el turismo es el tema donde la gran parte de los autores estudian estos efectos, y la clasificación más usada el empleo directo, indirecto e inductivo son los más empleados (De Kadt, 1979; Sancho, 1982; Getino, 2002; Schulte, 2003; Vellas, 2000), aunque lo interesante es que no siempre poseen el mismo contenido. En este panorama, tomamos como referencia para analizar el impacto económico del turismo:

- ✓ Empleo directo: es el empleo que surge en la actividad específica del turismo.
- ✓ Empleo indirecto: generado dentro de las actividades relacionadas con la categoría anterior (ACT), así como los servicios al turista y, por ende, la interacción con los visitantes. El caso más habitual es el del comercio.
- ✓ Empleo forzoso: surge de actividades que no tienen relación con los visitantes, pero constituyen un componente de la cadena de producción. Por ejemplos, trabajos en agricultura, industria, construcción, etc.

## **E. Ingresos del Turismo para el sector público.**

Los beneficios generados por la actividad turística tanto interno afectan la economía nacional a través de las utilidades que producen para el sector privado, los sueldos que abonan los habitantes por su trabajo en dicha industria y otros recursos que pueden generar. . En el segundo caso, la recaudación de impuestos es uno de los mecanismos tradicionales que tienen los gobiernos para el autofinanciamiento. Uno de los fundamentales medios con que cuenta el “sector público” es el denominado impuesto. De estos, quizás más conocidos como impuestos, son contribuciones dinerarias impuestas por el Estado sobre una obligación a cada contribuyente, con el propósito de financiar el gasto público del público en general. La actividad turística es una buena fuente de ingresos para muchos gobiernos de todo el mundo. De acuerdo a Gago et al. (2004), la “política” fiscal en turismo busca los siguientes objetivos:

- ✓ Finalidad de la recaudación: En este sentido, la presión financiera sobre el turismo a través de los impuestos para recaudar fondos se sustenta en razones económicas. Los organismos gestores del Estado gravan las actividades turísticas para la obtención de recursos.
- ✓ Costos excesivos: los impuestos turísticos se pueden usar para compensar los costos en que incurren los turistas al proporcionar ciertos bienes y prestaciones públicas, como “seguridad” y saneamientos. En este hecho, si no existen impuestos, es probable que los residentes tengan que pagar más por la oferta de productos y servicios que también hacen uso los turistas.

- ✓ **Compensación de impactos negativos:** En muchos casos, la actividad turística genera efectos adversos (también conocidos como externalidades) provenientes de una actividad primordial. Por ejemplo, el turismo de sol y playa genera desechos en la costa, lo que supone un gasto indirecto. Por esta razón, se puede imponer un impuesto para compensar los costos ambientales generados por el turismo.

#### **F. Inversiones de la actividad turística.**

Ciertamente, La selección de un lugar específico por una persona para pasar sus vacaciones estará determinada por los encantos del lugar. Así, un turista con interés puede mostrarse interesado en la arquitectura renacentista probablemente estará interesado en un viaje a Italia, donde podrá visitar, como la Basílica de San Lorenzo en Florencia o la Basílica de la calle San Andrés en Mantua. Sin embargo, sin instalaciones como aeropuertos que conecten los lugares de salida y llegada, el transporte por carretera y los hoteles, entre otros, será difícil para esta persona llegar a los lugares a los que le gustaría estar. Si se piensa en el caso de Mar del Plata, la ciudad ha sido protagonista de una serie de cambios desde la llegada de los trenes a fines del siglo XIX y la temprana construcción de hoteles de lujo y balnearios de primera. Las playas del antiguo depósito de sal se han transformado en uno de los sitios más populares para los turistas en el país, ya que se han mejorado la infraestructura y las instalaciones de comunicación. La llegada del ferrocarril en 1886 supuso una transformación total para la ciudad, permitiendo un gran número de turistas en cada temporada. Sería difícil ver hoy Mar del Plata si no se hubiera hecho todo el trabajo que convirtió a la ciudad en uno de los principales atractivos turísticos del país. Esto significa

que un producto turístico, además de la existencia de recursos, debe contar con servicios e instalaciones consumibles.

### ***2.1.11 Impactos Ambientales Positivos del Turismo***

Según (Leiva, 1997) menciona que el fomento de las actividades de turismo en varias regiones del mundo ha producido un significativo impacto positivo en la preservación del entorno natural y en la apreciación del patrimonio histórico-cultural. Las zonas protegidas, parques y reservas nacionales representan ecosistemas únicos que han obtenido contribuciones importantes mediante el turismo para su gestión.

Además, señala que el turismo ha facilitado la incorporación gradual de las comunidades locales a los beneficios económicos producidos por la llegada de turistas, y a medida que su expansión se ajusta a condiciones de sostenibilidad, ha favorecido la consecución de significativas mejoras en el medio ambiente. Para lo cual los impactos positivos del turismo en el “medio ambiente” serían:

- ✓ Asiste en la justificación y financiación de las inversiones destinadas a salvaguardar y preservar las zonas naturales y la vida en libertad.
- ✓ Asiste en la justificación y financiamiento de la conservación de lugares históricos y/o arqueológicos como lugares de atracción turística.
- ✓ Contribuye a incrementar la calidad ambiental de algunas zonas ya que a los visitantes les agrada visitar sitios atractivos, limpios y libres de contaminación.
- ✓ Incrementa la sensibilidad ecológica local cuando los habitantes, en particular los jóvenes, notan el interés de los visitantes en la preservación.

### 2.1.12 Impactos Ambientales “Negativos” del Turismo

Según (Leiva, 1997) indica que, si el turismo no está adecuadamente organizado ni gestionado, provocará una serie de efectos medioambientales tal como se señalan en la tabla No 01, elaborada basándose en el estudio de la experiencia internacional y de la situación nacional.

**Tabla 2. Impactos Ambientales Negativos**

<b>Agentes Causales</b>	<b>Impactos</b>
La edificación y funcionamiento de infraestructura turística en genera	Extracción de vegetación Erosión del “suelo” Merma de hábitat Acumulación de “desechos” Reducción de “agua potable” Merma de la “calidad escénica” Descarga de “residuos” Seducción y “uso intensivo” de agua
Elaboración y funcionamiento de vías de acceso y rutas de comunicación	Interrupción de la “migración animal” Incremento de concentración de “aguas lluvias” Alteración de “hábitats frágiles”
“Flujos turísticos”	“Contaminación acústica” Polución del aire Modificación en el comportamiento de la vida silvestre “Congestión vehicular” Mala disposición de residuos sólidos y líquidos Tuberización en parques y otras “áreas recreativas” Sobreuso de sistemas de tratamiento de “aguas servidas” Peligro de “incendios” Presión sobre sitios de “carácter patrimonial”
Paseo en auto	Congestión del tráfico “Polución atmosférica” Fin de la flora y fauna en vías turísticas Erosión y compactación del suelo
“Excursionismo” y paseos ecuestres	Destrucción de la vegetación Erosión y compactación del suelo Alteraciones en la fauna Creación de “barreras” a la fauna Creación de “corredores” para la intrusión de especies exóticas Contaminación acústica

Observación de flora y fauna	Acumulación de desechos Pérdida de vegetación y “hábitats” Alteración del “hábitat” de la flora y fauna
Buceo	Daño a “especies marinas”
Paseos en dunas y playas	“Desestabilización” de dunas Destrucción del “hábitat” para especies de la flora y “fauna”
Cruceros y deportes náuticos	Arrastre de sedimentos en el fondo del mar El derrame de combustible y aceites en barcos Cambio a la fauna acuática Daño causado por la captura excesiva de peces
Camping, trekking, ski y andinismo	Incremento de residuos Remoción del bosque Aumento del peligro de deslizamientos y erosión Compresión del terreno Incendios en los bosques La aniquilación de la vegetación Alteración a la fauna Ingreso de especies extranjeras Destrucción de nutrientes Eutrofización y contaminación Degradación del entorno paisajístico Contaminación acústica Disolución atmosférica Aumento de la polución originada por residuos y combustibles La aniquilación de lugares de relevancia geológica
Aprovechamiento intensivo y disperso de ríos y lagos	“Eliminación” de hábitat “Alteración” de ciclos de vida “Interrupción” de vida silvestre y plantas acuáticas por “embarcaciones” Remoción de “áreas pantanosas” Agotamiento de la pesca Carencia de “tratamiento” de residuos Sobrecarga de “campistas” y rutas de navegación acuática

**Fuente:** (Leiva, 1997) Turismo y gestión municipal

### 2.1.12.1 Posibles formas de Crear Empleo.

#### A. Incremento de los flujos turísticos.

No hay una fórmula única para generar empleos, no obstante, las medidas tomadas con el fin de incrementar los flujos de turistas hacia la comuna tendrán un efecto directo o indirecto en la generación de empleos. Por ejemplo, una campaña de promoción

constante, unida a una excelente calidad de los productos y servicios proporcionados a los visitantes, debería generar, a mediano y largo plazo, un incremento en las visitas a los atractivos que brinda una comuna, y por ende, un incremento en las necesidades de personal de diferente nivel.

### **B. Motivando la ejecución de proyectos turísticos.**

La implementación de nuevos proyectos turísticos -parques de atracciones, hoteles, complejos turísticos, conjuntos de viviendas - creará una serie de puestos de trabajo tanto temporales como permanentes (OEA, 1993:3-20). Para captar inversores que los financien, es fundamental un sólido Plan de Desarrollo Turístico Comunitario. En él deben ser evidentes las metas compartidas en este asunto, así como las condiciones fundamentales de funcionamiento que se proporcionan, tales como oportunidades de adquisición de espacios urbanizados o urbanizables, vías de acceso ágiles, información acerca de la disponibilidad real de trabajadores, datos sobre los flujos turísticos presentes y futuros, entre otros.

### **C. Incrementando la importancia añadida en el desembolso turístico actual.**

Este incremento puede alcanzarse promoviendo la comercialización de "paquetes de turismo organizados", donde se brinda un servicio de alta calidad fundamentado en la utilización intensiva de recursos humanos: guías, conductores, coordinadores de grupo, secretarías, entre otros. Los visitantes "no planificados" generalmente no hacen uso de la mayoría de estos servicios (OEA, 1993: 3-20).

Así mismo, el turismo "organizado" posee un beneficio adicional significativo ya que, al tener un mayor control, puede ser un protector del medio ambiente que respalda la "actividad turística".

### **2.1.12.2 Impactos Económicos Negativos.**

Según (Leiva, 1997) indica que, el turismo así también puede generar efectos perjudiciales, especialmente cuando su evolución ha sido natural, o sea, no planificada.

Dentro de estos efectos perjudiciales, podemos resaltar los siguientes:

#### **A. Exportación de la riqueza.**

Una primera modalidad de "exportación de riqueza" a otras localidades ocurre cuando una comunidad necesita obtener una gran cantidad de bienes (como alimentos, ropa, aparatos de radio, computadoras, etc.) y servicios (como personal capacitado, coordinación de eventos, gestión de los recursos turísticos, etc.) fuera de su territorio, con el fin de mantener el desarrollo normal de su actividad turística. Pagar a compañías o individuos de otras comunas para cubrir las necesidades del sector implica que una parte significativa de los beneficios financieros "se transferirán" de la comuna a otras de esta manera. Es imprescindible fomentar la producción en la comuna de todos los bienes y servicios que sean viables, creando así puestos de trabajo y reduciendo, en cierta medida, la dependencia del exterior.

#### **B. Disminución de mano de obra.**

En ocasiones, el turismo puede generar dificultades para otros sectores económicos al captar una gran cantidad de trabajadores para sus operaciones. Por ejemplo, la industria agrícola, con condiciones laborales extremadamente rigurosas, podría sufrir de falta de trabajadores durante un periodo de crecimiento turístico.

#### **C. Inflación estacional.**

Frecuentemente, los residentes habituales de las comunidades turísticas reclaman que la afluencia masiva de turistas provoca incrementos en los costos de los servicios y

artículos de uso cotidiano. Asimismo, se producen incrementos notables en el valor del terreno.

### ***2.1.13 Recursos turísticos***

Según (ENTORNO TURISTICO, 2022) indica que se debe considerar que la fuente de turismo es el elemento fundamental que tiene la capacidad de desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia; A su alrededor se pueden organizar hoteles, restaurantes, centros de entretenimiento, etc. En otras palabras, los recursos turísticos son, en la mayoría de los casos, el principal elemento que incentiva el movimiento de turistas, fundamentalmente con fines recreativos. Un correcto análisis del potencial de utilización de estos recursos es muy importante para usarlos sabiamente y no abusar de ellos, ya que la mayoría de ellos pueden sufrir daños permanentes (p. 01).

## **2.2 Marco conceptual**

### ***2.2.1 Estrategias Competitivas***

Se entienden como el conjunto de acciones y medidas adoptadas por las organizaciones para obtener y sostener una ventaja en el mercado, diferenciando su oferta y maximizando el uso de sus recursos. Según Porter (1985) y (Kotler, Bowen, & Makens, 2016) estas estrategias incluyen la diferenciación, el liderazgo en costos y el enfoque en segmentos de mercado específicos

### ***2.2.2 Desarrollo Socioeconómico***

Es el proceso mediante el cual se mejora la calidad de vida de una comunidad a través del crecimiento económico, la generación de empleo y el fortalecimiento de servicios sociales. En el ámbito turístico, se traduce en la capacidad de un destino para transformar sus recursos culturales y naturales en oportunidades de progreso,

contribuyendo al bienestar de sus habitantes (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020).

### **2.2.3 *Actividad Turística***

Conforma el conjunto de interacciones y servicios que se generan cuando las personas viajan a lugares distintos de su residencia habitual. Este fenómeno implica la movilización de turistas y la oferta de productos y servicios, siendo un motor fundamental para la economía de los destinos (Hall & Page, 2014).

### **2.2.4 *Turismo Sostenible***

Se define como la modalidad turística que satisface Las demandas presentes de los turistas, la industria y las comunidades locales se satisfacen sin poner en riesgo la habilidad de las generaciones venideras para satisfacer las necesidades de las generaciones venideras y gestionar sus propias demandas. Esta forma de turismo busca minimizar impactos negativos y promover la conservación de los recursos (UNWTO, 2020).

### **2.2.5 *Liderazgo Innovador***

Hace referencia a la capacidad de las organizaciones turísticas para impulsar cambios y adoptar nuevas tecnologías, ideas y prácticas que transformen la experiencia del visitante y optimicen la utilización de recursos. Un liderazgo innovador favorece la adaptabilidad del destino ante los desafíos del entorno (Ritchie & Crouch, 2003).

### **2.2.6 *Servicios Turísticos***

Se refieren a la oferta de actividades, productos y experiencias que satisfacen las necesidades de los turistas, tales como alojamiento, gastronomía, transporte y actividades de ocio. La calidad y eficiencia de estos servicios son esenciales para la competitividad del destino (Kotler, Bowen, & Makens, 2016).

### **2.2.7 *Gestión Organizacional***

Es el proceso de planificación, coordinación y administración de los recursos internos de las organizaciones turísticas. Una gestión eficaz permite la implementación exitosa de estrategias competitivas y asegura la optimización de los procesos operativos (Porter, 1985).

### **2.2.8 *Diferenciación***

Es la estrategia mediante la cual un destino o producto turístico se distingue de sus competidores, ofreciendo atributos y experiencias únicas que generan valor agregado para el turista. Este concepto es central para conseguir una ventaja competitiva en un mercado saturado (Porter, 1985).

### **2.2.9 *Enfoque de Mercado***

Se refiere a la identificación y segmentación de nichos específicos dentro del mercado turístico. Este enfoque permite personalizar la oferta y atender de forma precisa las demandas de segmentos particulares, maximizando las oportunidades competitivas (Kotler, Bowen, & Makens, 2016).

### ***2.2.10 Infraestructura Turística***

Comprende el conjunto de instalaciones y servicios físicos que facilitan el desarrollo de la actividad turística, tales como carreteras, aeropuertos, centros de información y equipamientos recreativos. Una infraestructura adecuada es clave para potenciar la experiencia del visitante y estimular la economía local (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020).

### ***2.2.11 Capacitación en Turismo***

Es el proceso de formación y desarrollo de competencias en la población local, orientado a incrementar la calidad de los “servicios turísticos” y promover la participación activa de la comunidad en la gestión del destino. La capacitación es un elemento esencial para asegurar la profesionalización y competitividad del sector (Alcívar Vera & Bravo Acosta, 2017).

## **2.3 Marco Legal**

Las bases legales de una investigación proporcionan el marco normativo que sustenta el estudio, asegurando que las acciones y propuestas se alineen con las leyes y regulaciones vigentes. A continuación, se presentan las bases legales relacionadas con las variables Estrategias Competitivas y “Desarrollo Socioeconómico” en el contexto del turismo en el “distrito” de Ccorcca, región del Cusco. Estas bases legales abarcan desde la Constitución Política del Perú hasta normativas específicas relacionadas con el turismo y el desarrollo socioeconómico.

### **2.3.1 Constitución Política del Perú (1993)**

La Constitución Política del Perú es la norma suprema del país y establece los principios y derechos fundamentales que rigen el desarrollo económico, social y cultural.

En relación con las variables de estudio, los siguientes artículos son relevantes:

- Artículo 2º: Reconoce el derecho de cada individuo a disfrutar de un entorno balanceado y apropiado para el crecimiento de su “vida”, lo que incluye la protección del patrimonio cultural y natural.
- Artículo 59º: Establece que el Gobierno fomenta el crecimiento económico y social por medio el fomento de actividades productivas, incluyendo el turismo.

### **2.3.2 Ley General del Turismo (Ley N° 29408, 2009)**

Esta ley es el marco normativo que regula la actividad turística en el Perú. Establece los principios, objetivos y lineamientos para el desarrollo sostenible del turismo. Algunos aspectos relevantes incluyen:

- Artículo 3º: Define el turismo como una actividad estratégica para el desarrollo económico y social del país.
- Artículo 5º: Establece que el Estado promueve la competitividad del sector turístico, fomentando la inversión, la innovación y la calidad de los servicios.
- Artículo 8º: Señala que el desarrollo turístico debe ser sostenible,

respetando el medio ambiente y el patrimonio cultural.

### ***2.3.3 Ley de Promoción del Desarrollo Sostenible del Turismo (Ley N° 30147, 2014)***

Esta ley tiene como objetivo promover el desarrollo sostenible del turismo en el Perú, con un enfoque en la conservación del patrimonio natural y cultural. Algunos aspectos clave incluyen:

- **Artículo 2°:** Promueve la articulación entre los sectores público y privado para el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles.
  - **Artículo 4°:** Fomenta la capacitación de las comunidades locales en temas turísticos, con el fin de mejorar la calidad de los servicios ofrecidos
  - **Artículo 6°:** Establece la importancia de la promoción turística para posicionar al Perú como un destino competitivo a nivel internacional
- Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2025 (MINCETUR, 2019)

### ***2.3.4 El Plan Nacional de Desarrollo Turístico es un instrumento de planificación que establece los lineamientos para el desarrollo del sector turístico en el Perú.***

***Algunos aspectos relevantes incluyen:***

- ***Eje Estratégico 1:*** Promueve el rendimiento competitivo del sector turístico mediante de la mejora de la infraestructura y los servicios turísticos.
- ***Eje Estratégico 2:*** Fomenta la sostenibilidad del turismo, priorizando la conservación del patrimonio natural y cultural.
- ***Eje Estratégico 3:*** Busca fortalecer la articulación entre los actores

públicos y privados para el desarrollo de proyectos turísticos.

### ***2.3.5 Ley de Promoción de la “Inversión Privada” en el Desarrollo de “Actividades Económicas” en las Tierras del Territorio Nacional (Ley N° 30327, 2015)***

#### **2.3.5.1 Esta ley tiene como objetivo promover la inversión privada en actividades económicas, incluyendo el turismo.**

Algunos aspectos relevantes incluyen:

- Artículo 2º: Establece incentivos para la inversión privada en proyectos turísticos sostenibles.
- Artículo 4º: Promueve la participación de las comunidades locales en los proyectos de inversión turística.

## **2.4 Antecedentes empíricos de la investigación**

### ***2.4.1 Antecedentes internacionales***

El estudio realizado por (Andrade, 2020) titulado *"Influencia de la actividad turística de la laguna de Quilotoa en el desarrollo socioeconómico de la Comunidad de Quilotoa Jatalo de la Parroquia de Zumbahua, periodo 2017-2019"* es un referente importante para analizar el impacto del turismo en el desarrollo socioeconómico de comunidades rurales. Este trabajo se enfoca en la laguna de Quilotoa, un destino turístico emblemático de Ecuador, y su influencia en la comunidad local. En cuanto al objetivo principal de la investigación fue analizar la influencia de la actividad turística de la laguna de Quilotoa en el desarrollo socioeconómico de la comunidad de Quilotoa Jatalo durante el periodo 2017-2019. Así también en cuanto a su metodología adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional, donde aplicó encuestas a 150

habitantes de la comunidad de Quilotoa Jatalo para recopilar información cuantitativa y también entrevistas a líderes comunitarios y autoridades locales para obtener información cualitativa sobre la percepción del turismo y su influencia en el desarrollo socioeconómico. Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Impacto Económico Positivo:***

La actividad turística ha generado un aumento significativo en los ingresos económicos de la comunidad, principalmente a través de la comercialización de “artesanías”, prestaciones de alimentación y alojamiento. Sin embargo, se identificó que los beneficios no se distribuyen de manera equitativa, ya que algunos habitantes tienen mayor acceso a los recursos turísticos que otros.

- ***Generación de Empleo:***

El turismo ha creado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes se han involucrado en actividades como guías turísticos, venta de productos locales y servicios de transporte. No obstante, se observó que muchos de estos empleos son temporales y de baja remuneración.

- ***Mejora en la Calidad de Vida:***

La actividad turística ha contribuido a mejorar el acceso a servicios básicos, como agua potable y electricidad, gracias a los ingresos generados por el turismo. Sin embargo, aún persisten desafíos en áreas como la educación y la salud.

- ***Preservación del “Patrimonio Natural” y Cultural:***

El turismo ha fomentado la valorización del patrimonio natural y cultural de la comunidad, promoviendo la conservación de la laguna de Quilotoa y las tradiciones

locales. Sin embargo, se identificó la necesidad de implementar estrategias de turismo sostenible para evitar el deterioro del medio ambiente.

El estudio realizado por (Vela, 2020) titulado "*El turismo comunitario y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la comunidad Valdivia en la Península de Santa Elena*" es un referente importante para analizar el papel del turismo comunitario en el desarrollo socioeconómico de comunidades locales. Este trabajo se centra en la comunidad de Valdivia, ubicada en la Península de "Santa Elena", Ecuador, y evalúa cómo el "turismo comunitario" ha influido en su desarrollo. En cuanto al objetivo principal fue analizar el impacto del "turismo comunitario" en el desarrollo socioeconómico de la ciudadanía de Valdivia durante el periodo 2017-2019. Seguidamente en cuanto a su metodología, adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional, donde aplicó encuestas a 120 habitantes de la comunidad de Valdivia para recopilar información cuantitativa sobre el impacto del turismo comunitario y entrevistas a líderes comunitarios, representantes de organizaciones locales y autoridades turísticas Llegando a las siguientes conclusiones:

- ***Impacto Económico Positivo:***

El turismo comunitario ha generado un aumento en los ingresos económicos de la comunidad, principalmente por medio de la venta de "artesanías", prestaciones de alimentación y alojamiento. Sin embargo, se identificó que los beneficios económicos no se distribuyen de manera equitativa, ya que algunas familias tienen mayor acceso a los recursos turísticos que otras.

- ***Generación de Empleo:***

El turismo comunitario ha creado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes se han involucrado en actividades como guías turísticos,

venta de productos locales y servicios de transporte. No obstante, se observó que muchos de estos empleos son temporales y de baja remuneración.

- ***Mejora en la Calidad de Vida:***

El turismo comunitario ha contribuido a mejorar el acceso a servicios básicos, como agua potable y electricidad, gracias a los ingresos generados por el turismo. Sin embargo, aún persisten desafíos en áreas como la educación y la salud

El estudio realizado por (Shaadi, 2018) titulado "*La consolidación turística en los territorios que conforman el Programa Pueblos Mágicos. Un análisis de sus estrategias competitivas*" es un referente importante para analizar cómo las estrategias competitivas pueden contribuir a la consolidación de destinos turísticos. Este trabajo se centra en el Programa Pueblos Mágicos de México, una iniciativa gubernamental que busca promover el turismo en localidades con riqueza cultural, histórica y natural. A continuación, se presenta un resumen del objetivo, la metodología y las conclusiones del estudio. En cuanto al objetivo principal fue analizar las estrategias competitivas implementadas en los territorios que forman parte del Programa Pueblos Mágicos y su impacto en la consolidación turística de estos destinos. Seguidamente en cuanto a su metodología adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-analítico, de donde realizó una revisión documental de los planes de desarrollo turístico y las estrategias implementadas en los Pueblos Mágicos, así también encuestas a 200 actores clave, incluyendo empresarios turísticos, autoridades locales y residentes. Llegando a las siguientes conclusiones:

- ***Directriz del turismo local:***

Determino que diversos destinos son administrados sin tomar en cuenta planes o programas, en los que se deberían de plasmar una directriz de acción que genere una vida

más saludable para la sociedad dentro del turismo, es decir llevar a cabo una línea de trabajo que ayude a la generación de armonía, entre la identificación de los recursos con los que posee la comunidad y que conforman el patrimonio como un grupo social, la aplicación y promoción que se realizan, como atractivos que incentivan el desplazamiento y la aplicación de diferentes actividades por parte de los turistas.

Las estrategias más efectivas para la consolidación turística incluyeron la diferenciación basada en la autenticidad cultural y la promoción de experiencias únicas, como festivales culturales y rutas turísticas temáticas. Además, la innovación en la oferta turística, como la incorporación de tecnologías digitales para la promoción, fue clave para atraer a un mayor número de visitantes.

- ***Estrategias y alcances del Desarrollo Socioeconómico:***

Al respecto más de 100 localidades recibieron ser llamados como pueblo Mágico, a los cuales se les busco proyectarlas bajo el nombre de dicha marca, la cual implico tener una administración que vaya de la mano con la planeación, que considere la tendencia que presenta la competitividad la cual impacto a la calidad de vida de las personas.

El Programa Pueblos Mágicos ha generado un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico de las localidades, incrementando los ingresos económicos y creando empleos directos e indirectos. Sin embargo, se identificó que los beneficios no se distribuyen de manera equitativa, ya que algunas comunidades han logrado consolidarse como destinos turísticos, mientras que otras aún enfrentan desafíos.

- ***Desafíos en la Implementación:***

No obstante el objetivo inicial fue la identificación de la etapa de ciclo de vida en la que se encontraron comunidades pertenecientes al programa, para posteriormente

fueran delimitadas, en las estrategias competitivas que las personas implementaron, así como los criterios y aspectos con los cuales las estrategias se relacionan, por ello, los diagnósticos realizados brindaron información importante que permitió la definición de las características de cada comunidad y su vez la determinación con una objetividad mejor en la trayectoria de la vida en el sector turístico, mediante la identificación de la cantidad y el tipo de estrategias que se utilizaron por cada comunidad.

Entre los principales desafíos se encontró la falta de infraestructura turística adecuada en algunos Pueblos Mágicos, lo que limita su capacidad para recibir a un mayor número de turistas. Además, se identificó una desarticulación institucional entre los diferentes niveles de gobierno, lo que dificulta la implementación de estrategias coordinadas.

#### **2.4.2 Antecedentes Nacionales**

El estudio de (Evangelista, 2019) en su trabajo de investigación *“Las actividades, la evolución del “turismo” y su relación con el desarrollo socioeconómico del “distrito” de Pachangara-Churin, 2018”*, es relevante para la investigación en Ccorcca, ya que ambos contextos comparten características similares, como ser comunidades rurales con un gran potencial turístico basado en atractivos naturales y culturales. Las conclusiones de este trabajo resaltan la importancia de implementar estrategias que no solo fomenten el “crecimiento económico”, sino que también promuevan la “equidad social”, la conservación del patrimonio y la sostenibilidad ambiental. Estas lecciones pueden ser aplicadas en Ccorcca para garantizar que el desarrollo turístico beneficie a toda la comunidad y contribuya al bienestar socioeconómico de sus habitantes. El objetivo principal de la investigación fue analizar la relación entre las “actividades turísticas”, la evolución del turismo y el “desarrollo socioeconómico” del sector de Pachangara-Churín

durante el año 2018. En cuanto a la metodología dicho estudio adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional en donde se aplicaron encuestas a 120 habitantes del distrito de Pachangara-Churín para recopilar información cuantitativa sobre el impacto del turismo en sus ingresos. Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Grado de relación e Impacto Económico Positivo:***

Primeramente, determino que no existió un vínculo entre las acciones, evolución del turismo y el “desarrollo económico”, el cual tuvo un valor de 0,071; así mismo se identificó que el desarrollo económico se presentó de forma regular, para ello fue necesario la participación intersectorial de los factores económicos para fomentar el desarrollo económico. Así también la actividad turística ha generado un aumento en los ingresos económicos de la comunidad, principalmente a través de la venta de servicios turísticos, como alojamiento, alimentación y guías turísticos. Sin embargo, se identificó que los beneficios no se distribuyen de manera equitativa, ya que algunos habitantes tienen mayor acceso a los recursos turísticos que otros.

- ***Generación de Empleo:***

El turismo ha creado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes se han involucrado en actividades como la atención al cliente, la venta de productos locales y el transporte turístico. No obstante, se observó que muchos de estos empleos son temporales y de baja remuneración.

- ***Mejora en la Calidad de Vida:***

El turismo ha contribuido a mejorar el acceso a servicios básicos, como agua potable y electricidad, gracias a los ingresos generados por la actividad turística. Sin embargo, aún persisten desafíos en áreas como la educación y la salud.

En un estudio hecho por (Rosales Conde, 2024) realizó un estudio empírico “*Estrategias Competitivas y Competitividad para el Desarrollo Sostenible del Turismo Alternativo en la Provincia de La Convención – Región Cusco, Periodo 2020*”, orientado a analizar la relación entre las estrategias competitivas adoptadas por las empresas del sector del turismo alternativo y el nivel de competitividad que caracteriza a este destino. El objetivo central del estudio fue determinar la correlación entre las estrategias competitivas implementadas –tales como la diferenciación, el liderazgo en costos y la innovación– y la competitividad del turismo alternativo en La Convención. Seguidamente en cuanto a su metodología se enmarcó dentro de un enfoque cuantitativo, adoptando un diseño descriptivo-correlacional. Se recolectaron datos mediante cuestionarios aplicados a una muestra de 150 gestores y empresarios del sector turístico alternativo de la región. Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Grado de relación***

Los resultados del análisis estadístico revelaron un “coeficiente” tau de Kendall de 0.65, lo que menciona una “correlación” moderada a fuerte y significativa entre la adopción de estrategias competitivas y la competitividad del destino turístico. Este hallazgo sugiere que a medida que las empresas implementan prácticas de diferenciación, innovación y liderazgo en costos, se observa una mejora sustancial en la posición competitiva del destino, factor clave para fomentar el desarrollo sostenible en el sector. De la prueba de correlación de tau c de Kendall al 95% de confianza se afirma que la dimensión enfoque presenta mayor impacto en la competitividad, seguido de liderazgo de costos y la diferenciación.

Con la prueba Kendall se concluye que existe relación significativa entre la variable estrategias competitivas y sus dimensiones Liderazgo en costos, Diferenciación

y Enfoque con el “desarrollo sostenible” del turismo alternativo en la “provincia” de La Convención – Departamento de Cusco, 2020. De la prueba de correlación de tau c de Kendall se afirma que la dimensión diferenciación presenta mayor impacto en el desarrollo sostenible, seguido de liderazgo de costos y el enfoque.

- ***Mejora en la Calidad de Vida:***

El nivel de competitividad del turismo alternativo de la provincia de La Convención es de nivel medio con respecto a las dimensiones innovación de procesos, el uso de tecnología moderna pertinente para los servicios ofrecidos y la flexibilidad productiva en el turismo alternativo en la provincia de La Convención predominantemente es de nivel medio y la agilidad comercial de la competitividad, entendida como la manera proactiva, segura y rápida de actuar por los operadores de turismo alternativo de la Provincia de La Convención es predominantemente de nivel alto. El desarrollo sostenible generado por el turismo alternativo en la provincia de La Convención es predominantemente de nivel regular. Con respecto a la dimensión económica y social el impacto del turismo alternativo es regular y el impacto en la dimensión ambiental es negativo, evidenciándose en los impactos en el agua y en la ecología.

- ***Impacto Económico Positivo:***

Finalmente, con la prueba chi-cuadrado se concluye que existe relación significativa entre la competitividad y sus dimensiones Innovación, Tecnología Flexibilidad Productiva y Agilidad Comercial y el “desarrollo sostenible” del turismo alternativo en la “provincia” de La Convención – “Región” Cusco, 2020. De la prueba de correlación de Tau C de Kendall se afirma que la dimensión Agilidad Comercial presenta

mayor impacto en el desarrollo sostenible, seguido de Innovación, Tecnología y la Flexibilidad Productiva.

En un estudio hecho por (Baños Chaparro, 2019), *“La Actividad Turística y el Desarrollo Socio Económico de la Provincia de Ica, periodo 2015 – 2018”*, es un referente importante para analizar el impacto del turismo en el desarrollo socioeconómico de una región en el Perú quien tuvo como objetivo principal de la investigación fue analizar la relación entre la “actividad turística” y el desarrollo socioeconómico de la “provincia” de Ica durante el periodo 2,015 - 2018. Seguidamente en cuanto a su metodología adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional, de donde realizó aplicaron encuestas a 200 habitantes de la provincia de Ica para recopilar información cuantitativa sobre el impacto del turismo y realizaron entrevistas a líderes comunitarios, autoridades locales y empresarios turísticos. Llegando a las siguientes conclusiones:

- ***Grado de relación e Impacto Económico Positivo:***

Se determino la prueba de Chi cuadrado se utilizó para identificar el vínculo entre la actividad turística y el desarrollo socioeconómico en la provincia de Ica. Los productos finales mostraron un valor de Chi cuadrado de 15.78 con un nivel de significancia de 0.05. Dado que el valor calculado fue mayor que el valor crítico, se rechazó la hipótesis nula, lo que indica que corresponde una “relación significativa” entre las variables de estudio. Así también a actividad turística ha generado un aumento en los ingresos económicos de la provincia, principalmente a través de la venta de servicios turísticos, como alojamiento, alimentación y guías turísticos. Sin embargo, se identificó que los beneficios no se distribuyen de manera equitativa, ya que algunas comunidades tienen mayor acceso a los recursos turísticos que otras.

- ***Generación de Empleo:***

En su segunda conclusión indica que El turismo internacional es otro elemento crucial e impactante en el progreso socioeconómico de la provincia de Ica, dado que la llegada de visitantes foráneos facilita un incremento en el movimiento y demanda de la variedad de productos o servicios que se brindan, por lo que el turismo ha creado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes se han involucrado en actividades como la atención al cliente, la venta de productos locales y el transporte turístico. No obstante, se observó que muchos de estos empleos son temporales y de baja remuneración.

- ***Mejora en la Calidad de Vida:***

El turismo ha contribuido a mejorar el acceso a servicios básicos, como agua potable y electricidad, gracias a los ingresos generados por la actividad turística. Sin embargo, aún persisten desafíos en áreas como la educación y la salud.

- ***Mejora de Servicios Turísticos***

Los servicios y productos de turismo, tales como comida, hospedaje, transporte, atracción turística, entre otros, favorecen el crecimiento socioeconómico de la provincia de Ica

En un estudio hecho por (Lopez Manrique, 2024), "*Desarrollo socioeconómico y su influencia en el turismo del distrito de Quequeña provincia y departamento de Arequipa, 2023*", quien tuvo como objetivo sugiere una táctica de administración turística municipal que fomente el Desarrollo Sostenible en el distrito de Pimentel, dado que es conocido que este distrito tiene rasgos y especificidades para convertirse en un destino turístico prestigioso a escala nacional e internacional. Por esta razón surge la propuesta de establecer y fortalecer un Comité Consultivo de Turismo, como herramienta de

administración esencial para el crecimiento de la actividad turística en el distrito de “Pimentel”. Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Grado de relación e Impacto Económico Positivo***

Se determino en función al análisis inferencial de correlación donde mostró un coeficiente de correlación de Pearson de 0.72, lo que menciona una relación positiva fuerte entre el “desarrollo socioeconómico” y la actividad turística en el distrito de “Quequeña”. Este resultado sugiere que un mayor desarrollo socioeconómico está asociado con un mayor crecimiento de la actividad turística. Así también, el valor de  $t = 6.348$  y el  $p$ -valor  $< .001$  ratifica que dicho vinculo es estadísticamente significativo.

Así mismo encontraron En relación al diagnóstico de recursos turísticos en el distrito de Pimentel, se ha recolectado la información, empleando los inventarios turísticos reconocidos y socializados oficialmente por el MINCETUR. Se observó que la mayoría de las potencialidades turísticas están en condiciones (al menos básicas) para recibir a los visitantes; no obstante, estos se ven perjudicados por la ausencia de un ordenamiento del territorio apropiado.

- ***Generación de Empleo y Mejora de la Calidad de Vida:***

Tras la realización de las encuestas, se ha identificado en los residentes un gran optimismo, así como un profundo entendimiento del abanico de recursos turísticos que ofrece la circunscripción de Pimentel, así como los mercedes que el turismo puede crear para su localidad. Esto, indudablemente, constituye un fundamento para el avance de la propuesta que se propone implementar. Además, se ha podido observar el elevado grado de identidad y dedicación que posee la localidad. Además, se ha podido observar la ciudadanía local, siendo este un factor clave e importante para que toda gestión turística se desarrolle de manera responsable y sostenible.

- ***Conservación del Patrimonio Cultural y Natural:***

Finalmente, luego del progreso de la actual labor de exploración, la evaluación e interpretación de los resultados, si bien es cierto es importante contar con una multiplicidad de recursos originarios, históricos – culturales, entre otros, reconocidos por los visitantes; es aún más importante asegurar la conservación y manejo responsable de los mismos para las futuras generaciones. Por ello se planteado la presente propuesta a través de la alineación de un sujeto procurador, que contribuya en la tarea de gestionar el perfeccionamiento del dinamismo turístico en el distrito de Pimentel, promoviendo la proyección, sostenibilidad y participación de la población local.

El desarrollo socioeconómico ha fomentado la valorización del patrimonio cultural y natural de Quequeña, promoviendo la conservación de sus atractivos turísticos. Sin embargo, se identificó la necesidad de implementar estrategias de turismo sostenible para evitar el deterioro del medio ambiente.

### ***2.4.3 Antecedentes Locales***

En un estudio hecho por (Oviedo Cordova, 2021), *“Ecoturismo y el Desarrollo Socioeconómico en el Distrito de Ccorca Departamento del Cusco 2019”*, quien tuvo como objetivo principal determinar el “desarrollo socioeconómico” del ecoturismo en el distrito de “Ccorca” region del Cusco -2019. En cuanto a su metodología dicho estudio adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional y se utilizó una herramienta conocida como cuestionario de dos variables para llevar a cabo una evaluación del turismo ecológico y el progreso socioeconómico del distrito de Ccorca. En cuanto a la metodología fue de tipo explicativo, de diseño descriptivo-correlacional y e tipología transversal, la “validación” se llevó a cabo bajo el criterio de especialistas, utilizando la prueba de Kendall de chi cuadrado y “Tau\_b” para dos variables con un

coeficiente de probabilidad del 95% y un margen de error del 5%. Se trabajó con un grupo de 96 familias del distrito de Ccorca, en el departamento de Cusco. La recolección de datos se realizó mediante una encuesta censal, el instrumento se utilizó durante un mes y se aplicó de manera individual a cada familia. Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Grado de relación e Impacto Positivo del Ecoturismo***

El análisis de correlación mostró un “coeficiente” de correlación de Pearson de 0.68, lo que indica una “relación positiva” fuerte entre el ecoturismo y el “desarrollo socioeconómico” en el distrito de Ccorca. Este resultado sugiere que un mayor desarrollo del ecoturismo está asociado con un mayor crecimiento socioeconómico. También, tanto el valor de  $t = 5.892$  como el  $p$ -valor  $<.001$  corroboran que esta relación tiene significado estadístico. Así, consiguió establecer el impacto significativo en el Ecoturismo y su Desarrollo Socioeconómico en el Distrito de Ccorca Departamento del Cusco. Esto se debe a que, de todas las encuestas realizadas, los resultados para la primera variable Ecoturismo mostraron un resultado positivo del 95,83%, lo que señala que el distrito de Ccorca coincide con que el ecoturismo promueve un crecimiento socioeconómico en el distrito de Ccorca departamento del Cusco-2019.

- ***Generación de Empleo y Mejora de la Calidad de Vida:***

En cuanto a Según los datos recabados por los residentes en las encuestas realizadas, se deduce que el Ecoturismo tiene un impacto positivo en la calidad de vida de los residentes, contribuye a mejorar el crecimiento del capital humano y, por supuesto, aumenta las ventas de los residentes del distrito de Ccorca. Todo esto se basa en las estimaciones obtenidas en el estudio.

El ecoturismo ha creado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes se han involucrado en actividades como la atención al cliente,

la venta de productos locales y el transporte turístico. Sin embargo, se observó que muchos de estos empleos son temporales y de baja remuneración, lo que limita su impacto en el bienestar de la comunidad.

- ***Desafíos y Recomendaciones:***

Finalmente, la indagación llevada a cabo permitió identificar algunas carencias en la organización adecuada de la población de Ccorca. Los cuadros que nos facilitaron la interpretación de las dimensiones de las variables, nos permitieron examinar el impacto del Ecoturismo y el Desarrollo socioeconómico con el único propósito de mejorar las condiciones de vida de los residentes.

Aunque el ecoturismo ha tenido un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico, es necesario implementar políticas públicas que promuevan una distribución más equitativa de los beneficios, mejoren la calidad de los empleos y fomenten prácticas turísticas sostenibles. Además, se recomienda fortalecer la capacitación de los habitantes en temas de gestión turística y promoción cultural.

En un estudio hecho por (Villafuerte Maruri, 2018), *“Influencia del Turismo en el Crecimiento Económico del Distrito de Yucay, Provincia de Urubamba, Cusco, 2017”*, quien tuvo como objetivo principal: identificar el impacto del turismo en el desarrollo económico del distrito de Yucay, en la provincia de Urubamba, en la región cusqueña, durante el año 2017. En términos de metodología, se empleó una investigación explicativa, cuyo diseño empleado fue de tipo no experimental de tipo transversal. El conjunto de datos estadísticos del plan de desarrollo turístico de la Municipalidad Distrital de Yucay del año 2017 conformó la muestra. El método principal para recolectar datos fue el análisis de documentos. Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Grado de relación y Impacto Positivo del Turismo en el Crecimiento Económico***

Determino en cuanto a los análisis arrojaron un “coeficiente” de correlación de 0.72, lo que indica una “relación positiva” y significativa entre la actividad turística y el crecimiento económico del distrito. Este resultado respalda la hipótesis de que el fortalecimiento y la promoción del turismo son determinantes para impulsar el desarrollo económico sostenible en Yucay. El turismo ha resultado un “impacto positivo” y significativo en el crecimiento “económico” del distrito de Yucay. Esto se debe a que la actividad turística ha generado ingresos económicos a través de la venta de servicios turísticos, como alojamiento, alimentación y guías turísticos, lo que ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

De acuerdo con la actividad económica del Distrito de Yucay en 2017, se observa que el 11.69% de la PEA ocupada se dedica a Hoteles y Restaurante. Esto subraya la relevancia de la Actividad Turística para el desarrollo económico del distrito de “Yucay”.

- ***Mejora en la Infraestructura y patrimonio cultural:***

En relación con el patrimonio tangible e intangible del Distrito de Yucay, se han transformado en recursos y atracciones turísticas que incluyen el sector arqueológico de los andenes de Yucay, la celebración de la cruz de pentecostés en Yucay, el templo de Santiago apóstol en Yucay, entre otros. El turismo ha contribuido a mejorar la infraestructura del distrito, incluyendo la construcción de hoteles, restaurantes y vías de acceso. Sin embargo, se identificó la necesidad de seguir invirtiendo en infraestructura para garantizar una experiencia de calidad para los visitantes.

- ***Generación de Empleo y Mejora de la Calidad de Vida:***

En el distrito de Yucay, de los 4 lugares de alojamiento, 02 son los más relevantes con la calificación de 3 estrellas concedida por la DIRCETUR - CUSCO. Por lo tanto, cuenta con una significativa propuesta turística con 176 habitaciones y 339 camas. En

relación con la evolución del número de turistas tanto nacionales como foráneos en el distrito de Yucay, se descubrió que el flujo a los establecimientos de hospedaje en el distrito de Yucay se centra más en los turistas foráneos con 34,061 visitantes en el último año (2016) y 4,237 visitantes nacionales con una tendencia ascendente en los últimos 6 años (2011).

El turismo ha creado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para mujeres y jóvenes, quienes se han involucrado en actividades como la atención al cliente, la venta de productos locales y el transporte turístico. Sin embargo, se observó que muchos de estos empleos son temporales y de baja remuneración, lo que limita su impacto en el bienestar de la comunidad.

En un estudio hecho por (Arellan Vasquez, 2020), *“Turismo, desarrollo local y brecha de género: el caso del Corredor Turístico Preferencial Cusco - Machu Picchu – Cusco”*, quien tuvo como objetivo analizar la relación entre el turismo, el desarrollo local y la brecha de género en el Corredor Turístico Preferencial Cusco - Machu Picchu – Cusco, en cuanto a la metodología dicho estudio adoptó un enfoque cuantitativo la principal fuente de datos a emplear para esta investigación fue la “Encuesta Nacional” de Hogares (ENAH) del “Instituto Nacional” de Estadística e Informática (INEI) para el periodo 2011-2019. La muestra se restringe solamente a los hogares con un jefe empleado. De esta manera, el conjunto de datos incluye un total de 4 397 individuos ubicados en 50 distritos de la región de Cusco y en 1 distrito de Apurímac (Tambobamba). Llegando a la siguiente conclusión:

- ***Grado de relación e Impacto Positivo del Turismo en el Desarrollo Local.***

Determino que el análisis estadístico se realizó mediante el cálculo de un coeficiente de correlación, cuyo valor resultó ser 0.67, lo que confirma la “existencia” de

un vínculo positivo y significativo entre el turismo y el desarrollo local; sin embargo, estos resultados también evidencian que la brecha de género actúa como un factor limitante, afectando la distribución equitativa de los beneficios económicos y sociales. Los resultados muestran que un aumento en la actividad turística tiene un efecto positivo en el nivel ingresos y gastos per-cápita, pero son los hombres quienes se benefician más. Ello evidenciaría la existencia de una brecha de género en el sector turismo del país. Así mismo, se evalúa el impacto del turismo en la reducción de la pobreza monetaria. Sin embargo, no se encuentran efectos significativos con respecto a esta variable, lo cual sugeriría la presencia de un turismo de enclave en esta región del país.

El turismo ha resultado un “impacto positivo” y significativo en el “desarrollo” local de las comunidades ubicadas en el Corredor Turístico Preferencial Cusco - Machu Picchu – Cusco. Esto se debe a que la actividad turística ha generado ingresos económicos a través de la venta de servicios turísticos, como alojamiento, alimentación y guías turísticos, lo que ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de los habitantes

- ***Brecha de Género en el Sector Turístico:***

Finalmente, el diseño de políticas públicas para el desarrollo del turismo con un enfoque de género e inclusión social. Además, se recomienda sensibilizar al sector empresarial turístico sobre el papel fundamental que tienen las mujeres en la actividad turística con el propósito de cerrar la brecha de género existente. Asimismo, se plantea la necesidad de establecer una normativa específica para la protección de la mujer en el mercado laboral turístico del país, dado el potencial riesgo de explotación sexual y trabajo no remunerado que existe en este sector.

Aunque el turismo ha generado oportunidades de empleo para las mujeres, aún persisten desigualdades en términos de acceso a recursos, remuneración y participación

en la toma de decisiones. Esto sugiere que el turismo no ha logrado reducir significativamente la brecha de género en las comunidades locales.

## **2.5 Hipótesis**

Las hipótesis constituyen proposiciones tentativas que establecen la relación entre las variables de estudio y orientan el análisis estadístico de la investigación. En el presente estudio de investigación, las hipótesis se formulan considerando el enfoque correlacional, sin establecer relaciones de causalidad.

### **2.5.1 Hipótesis General**

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista (2014), toda investigación que busca establecer relaciones entre variables debe formular hipótesis contrastables, es decir, afirmaciones que puedan someterse a verificación empírica mediante el uso de datos. En este sentido, la hipótesis nula representa la ausencia de relación o efecto entre las variables, mientras que la hipótesis alternativa plantea que sí existe una relación significativa entre ellas.

Por consiguiente, al incluir ambas en el apartado de Hipótesis General nos permite dar claridad metodológica al lector sobre las posibles direcciones de los resultados. El investigador, al aplicar pruebas estadísticas, evaluará la evidencia empírica para rechazar o no rechazar la hipótesis nula, confirmando así el grado de validez de la hipótesis alternativa.

H1: Las estrategias competitivas se relacionan directamente y significativamente en el desarrollo socio económico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca - Provincia del Cusco: 2024.

H0: Las estrategias competitivas no se relacionan directamente y significativamente en el desarrollo socio económico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca - Provincia del Cusco: 2024

### **2.5.2 Hipótesis específicas**

#### **A. Hipótesis específicas 1**

H1. El liderazgo innovador se relaciona directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.

H0. El liderazgo innovador no se relaciona directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.

#### **B. Hipótesis específicas 2**

H1. Los servicios turísticos se relacionan directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.

H0. Los servicios turísticos no se relacionan directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.

#### **C. Hipótesis específicas 3**

H1. La gestión organizacional se relaciona directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca provincia de Cusco, periodo 2024.

H0. La gestión organizacional no se relaciona directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca provincia de Cusco, periodo 2024.

## 2.6 Identificación de variables

En el presente trabajo de investigación, de enfoque correlacional, se analizan dos variables de estudio, las cuales se examinan en términos de relación, sin establecer causalidad. Estas variables se operacionalizan mediante dimensiones e indicadores que permiten su medición a través de un instrumento de recolección de datos.

### 2.6.1 Variable 1: Estrategias Competitivas

Las estrategias competitivas comprenden el conjunto de acciones y decisiones orientadas a fortalecer la competitividad del sector turístico del distrito de Ccorcca, mediante el liderazgo innovador, la calidad de los servicios turísticos y una adecuada gestión organizacional.

**Tabla 3.** Dimensiones e indicadores de la Estrategias competitivas

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Liderazgo Innovador	<i>Grado de innovación en los servicios turísticos</i>
	<i>Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector</i>
	<i>Formación de organizaciones creativas</i>
	<i>Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</i>
Servicios Turísticos	<i>Diversificación de servicios turísticos</i>
	<i>Incorporación de elementos culturales locales</i>
	<i>Calidad percibida de los servicios ofrecidos</i>
	<i>Percepción del valor por los turistas</i>
Gestión Organizacional	<i>Planificación estratégica del turismo</i>
	<i>Coordinación interinstitucional</i>
	<i>Capacitación continua del personal</i>
	<i>Eficiencia en la toma de decisiones</i>

### 2.6.2 Variable 2: Desarrollo Socioeconómico

El desarrollo socioeconómico de la actividad turística se refiere al proceso de mejora de las condiciones económicas y sociales de la población del distrito de Ccorcca, reflejado en la calidad de vida, el incremento de ingresos y el fortalecimiento del desarrollo local.

**Tabla 4.** Dimensiones e indicadores de la Desarrollo socioeconómico

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
Calidad de Vida	<i>Acceso a servicios básicos</i>
	<i>Mejoras en infraestructura comunitaria</i>
	<i>Satisfacción de las necesidades sociales de la población</i>
	<i>Percepción de seguridad y bienestar</i>
Ingresos Económicos	<i>Incremento de ingresos de los negocios turísticos</i>
	<i>Impacto en los ingresos familiares</i>
	<i>Diversificación de fuentes de ingresos</i>
	<i>Nivel de reinversión en el sector</i>
Desarrollo Local	<i>Fortalecimiento de emprendimientos locales</i>
	<i>Integración de la comunidad en la actividad turística</i>
	<i>Mejora en la infraestructura turística</i>
	<i>Participación de la población en la actividad turística</i>

## 2.7 Operacionalización de variables

### 2.7.1 Operacionalización de la Variable 1: Estrategias competitivas

Tabla 5. Cuadro de Operacionalización de la Variable 1

VARIABLES	Definición Conceptual	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable Independiente: Estrategias Competitivas</b>	"Las estrategias competitivas son los planes que desarrollan las empresas para posicionarse en el mercado y obtener una ventaja sobre sus competidores" (BBVA, 2021).	Liderazgo Innovador	Grado de innovación en los servicios turísticos	1	Likert
			Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector	2	Likert
			Formación de organizaciones creativas	3	Likert
			Habilidad para adoptar nuevas tecnologías	4	Likert
		Servicios Turísticos	Diversificación de servicios turísticos	5	Likert
			Incorporación de elementos culturales locales	6	Likert
			Calidad percibida de los servicios ofrecidos	7	Likert
			Percepción del valor por los turistas	8	Likert
		Gestión Organizacional	Planificación estratégica del turismo	9	Likert
			Coordinación interinstitucional	10	Likert
			Capacitación continua del personal	11	Likert
			Eficiencia en la toma de decisiones	12	Likert

### 2.7.2 Operacionalización de la Variable 2: Desarrollo socioeconómico de la actividad turística

**Tabla 6.** Cuadro de Operacionalización de la Variable 2

VARIABLES	Definición Conceptual	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Variable Dependiente: Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística</b>	"El desarrollo socioeconómico es un proceso que busca mejorar la calidad de vida de las personas, las comunidades y los países. Para ello, se implementan políticas sociales e iniciativas económicas que consideran las preocupaciones públicas"	Calidad de Vida	Acceso a servicios básicos	13	Likert
			Mejoras en infraestructura comunitaria	14	Likert
			Satisfacción de las necesidades sociales de la población	15	Likert
			Percepción de seguridad y bienestar	16	Likert
		Ingresos Económicos	Incremento de ingresos de los negocios turísticos	17	Likert
			Impacto en los ingresos familiares	18	Likert
			Diversificación de fuentes de ingresos	19	Likert
			Nivel de reinversión en el sector	20	Likert
		Desarrollo Local	Fortalecimiento de emprendimientos locales	21	Likert
			Integración de la comunidad en la actividad turística	22	Likert
			Mejora en la infraestructura turística	23	Likert
			Participación de la población en la actividad turística	24	Likert

## **CAPTULO TERCERO**

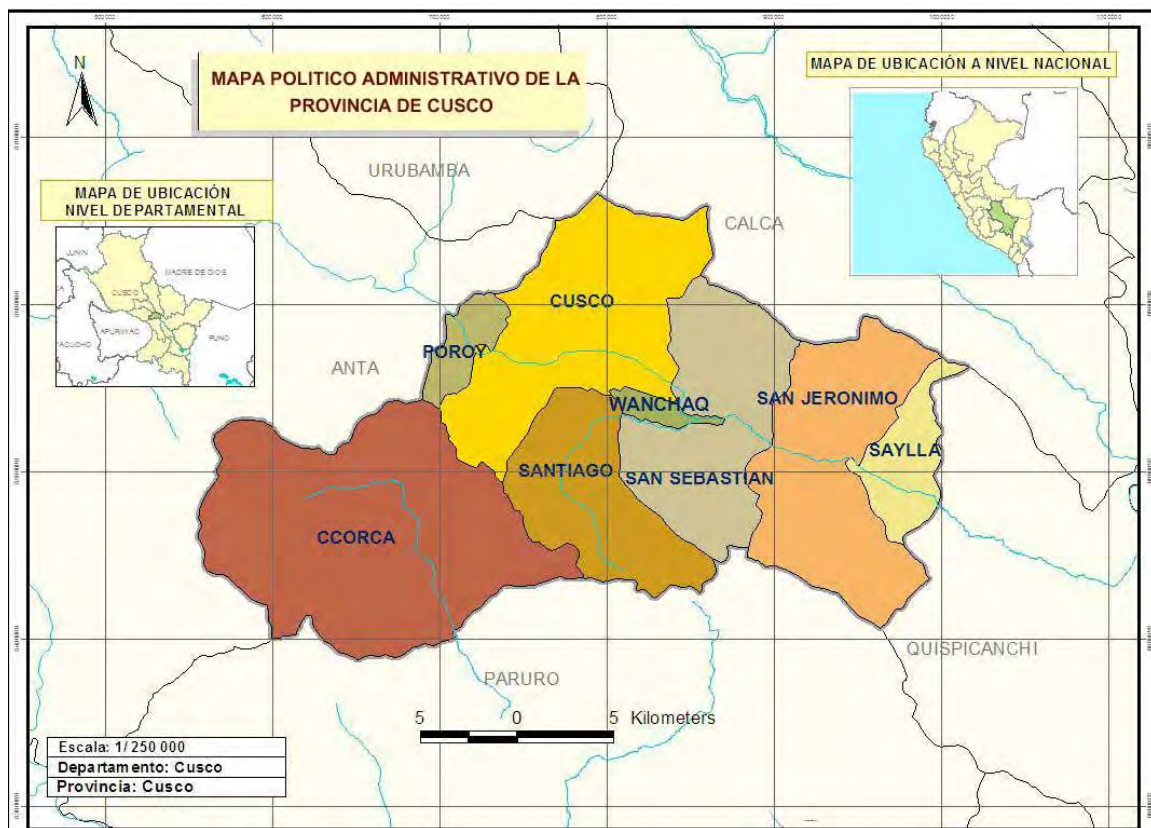
### **METODOLOGIA**

#### **3.1    **Ámbito de estudio: localización política y geográfica****

##### **3.1.1    *Localización Política***

El ámbito político del presente estudio es el distrito de Ccorcca, que pertenece a la provincia de Cusco, en el departamento de Cusco, Perú. El mencionado distrito pertenece a los 7 distritos que conforman la provincia del Cusco, bajo la jurisdicción del Gobierno Regional de Cusco. Es así que Ccorcca cuenta con autoridades locales como la Municipalidad Distrital de Ccorcca, encargada de gestionar las políticas y proyectos que promuevan el desarrollo económico social y cultural de la población.

**Figura 1.** Ubicación de la zona de Estudio



*Fuente: Castro (2017)*

### 3.1.2 Localización Geográfica

El distrito de Ccorca está ubicado en la región sur andina del Perú, en una zona montañosa caracterizada por su belleza paisajística y recursos naturales. Se encuentra a una altitud promedio de 3,600 metros sobre el nivel del mar, en la cuenca del río Huatanay, lo que le confiere características climáticas y ecológicas propias de la sierra.

### 3.1.3 Límites Geográficos

Limita al norte con el distrito de Pucyura, en la provincia de Anta, y con el distrito de Poroy. Al este, colinda con el distrito de Santiago y la provincia de Cusco. Hacia el oeste, sus límites se encuentran con el distrito de Chinchaypujio, también en la provincia

de Anta. Finalmente, al sur, limita con el distrito de Huanoquite, perteneciente a la provincia de Paruro.

### **3.1.4 Acceso**

El distrito de Ccorca se encuentra aproximadamente a 22.6 kilómetros al suroeste de la ciudad de Cusco, lo que representa un tiempo de viaje de alrededor de unos 42 minutos en vehículo, con acceso terrestre compuesto por carretera asfaltadas obra que fue culminada a principios del año 2024. Este factor contribuye para el desarrollo turístico.

### **3.1.5 Características Relevantes del Ámbito**

1. **Población y Cultura:** Según el censo de 2017, Ccorca cuenta con una población aproximada de 2,246 habitantes, en su mayoría de origen quechua. La lengua predominante es el quechua, aunque el español también es utilizado, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Las festividades tradicionales, como la celebración de Santiago y la Virgen de la Asunción, son eventos centrales en la vida comunitaria.
2. **Economía y Actividades Productivas:** La economía local se basa principalmente en la agricultura y la ganadería. Los pobladores cultivan productos como papa, maíz y habas, y crían ganado ovino y vacuno. En los últimos años, el turismo ha emergido como una actividad complementaria, aprovechando los recursos naturales y arqueológicos del distrito.
3. **Atractivos Turísticos:** Ccorca posee diversos atractivos turísticos, entre los que destacan:

### ***A. Tramos del Qhapaq Ñan (Camino Inca hacia el Contisuyo)***

El Qhapaq Ñan que atraviesa el distrito de Ccorcca y es visible desde sectores cercanos a la carretera Cusco–Ccorcca forma parte de la red vial principal del Imperio Inca, declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. Este camino conectaba la ciudad del Cusco con el Contisuyo, región que se extendía hacia la costa sur del Perú.

El camino se caracteriza por su empedrado original, bordes laterales de piedra y trazo estratégico adaptado a la topografía andina. En algunos tramos se observan muros de contención, drenajes y alineamientos que demuestran el avanzado conocimiento ingenieril de los incas.

Desde el punto de vista turístico, este atractivo permite:

- Caminatas interpretativas
- Turismo histórico y cultural
- Educación patrimonial
- Integración con el paisaje rural andino

Su cercanía a la carretera facilita el acceso sin necesidad de largas caminatas, lo que lo convierte en un recurso ideal para circuitos turísticos cortos.

### ***B. Farallones de Tecsecocha***

Los Farallones de Tecsecocha son grandes formaciones rocosas verticales que se elevan de manera imponente a lo largo de la carretera Cusco–Ccorcca.

Estas estructuras naturales se formaron a lo largo de miles de años por procesos geológicos y erosivos.

Visualmente destacan por:

- Su gran altura
- Formas irregulares y escarpadas
- Colores terrosos y rojizos que varían según la luz solar

En algunos sectores se han identificado manifestaciones de arte rupestre, lo que indica que estas formaciones también tuvieron un uso simbólico o ritual para los antiguos pobladores.

Turísticamente, los farallones ofrecen:

- Paisajes espectaculares
- Escenarios ideales para fotografía
- Observación geológica y natural
- Potencial para turismo de aventura de baja intensidad

Son uno de los atractivos más visibles y representativos de la ruta.

### ***C. Pinturas Rupestres del Hombre de Ccorcca***

Este atractivo corresponde a un conjunto de pinturas rupestres prehispánicas ubicadas en rocas cercanas a la carretera. Las figuras representan formas humanas estilizadas, símbolos y escenas que reflejan la vida y cosmovisión de los antiguos habitantes de la zona.

La figura más conocida es el llamado “Hombre de Ccorcca”, considerado uno de los testimonios más antiguos de ocupación humana en el área. Estas expresiones artísticas se realizaron con pigmentos naturales y han perdurado gracias a las condiciones climáticas del lugar.

Su importancia radica en:

- Alto valor arqueológico e histórico
- Evidencia de poblamiento temprano
- Contribución al conocimiento de culturas preincaicas

Desde el punto de vista turístico, es un atractivo clave para:

- Turismo cultural y arqueológico
- Educación histórica
- Visitas guiadas de interpretación

Su cercanía a la carretera permite un acceso sencillo, lo que aumenta su potencial turístico.

#### ***D. Apu Mama Simona***

El Apu Mama Simona es una montaña sagrada cuya silueta forma claramente un rostro humano, visible desde varios puntos de la carretera Cusco–Ccorcca. Este rasgo natural ha generado un profundo respeto y veneración por parte de las comunidades locales.

En la cosmovisión andina, los Apus son espíritus protectores de las montañas, considerados guardianes del territorio, del agua y de la vida. Mama Simona cumple este rol simbólico para Ccorcca.

Sus principales valores son:

- Espiritual y cultural
- Paisajístico y escénico
- Identidad local

Turísticamente, es un atractivo ideal para:

- Turismo místico y cultural
- Observación paisajística
- Fotografía, especialmente al amanecer y atardecer

Es uno de los íconos naturales más reconocidos del distrito.

#### ***E. Miradores Naturales a lo largo de la carretera Cusco – Ccorcca***

A lo largo de la carretera existen diversos puntos elevados naturales que permiten apreciar amplios panoramas del paisaje andino. Desde estos miradores se observan:

- Valles interandinos
- Montañas y cerros
- Áreas agrícolas tradicionales
- Comunidades rurales

Estos espacios no requieren infraestructura compleja, ya que el propio relieve del terreno funciona como mirador natural.

Son ideales para:

- Paradas turísticas
- Descanso del viajero
- Fotografía panorámica
- Contemplación del entorno natural
- Los miradores fortalecen el carácter escénico de la carretera como ruta turística.

#### **F. Paisajes Andinos y entorno del río Hatun Mayu**

Durante el recorrido Cusco–Ccorcca se aprecian extensos paisajes rurales andinos, caracterizados por campos de cultivo, pastizales, quebradas y zonas cercanas al río Hatun Mayu.

El río cumple un rol fundamental en la vida local, ya que abastece de agua a la agricultura y al ganado. El entorno natural refleja una relación armónica entre el ser humano y la naturaleza, conservando prácticas agrícolas ancestrales.

Este atractivo es ideal para:

- Turismo paisajístico
- Turismo vivencial
- Observación de la vida rural
- Caminatas suaves y descanso

Su valor está en la autenticidad del paisaje y la tranquilidad del entorno.

## **3.2 Tipo y nivel de Investigación**

### **3.2.1 Tipo de investigación**

La presente investigación es de tipo aplicada, ya que se orienta a la solución de problemas prácticos mediante la generación de propuestas concretas que contribuyan al desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca.

Según Bunge (1971), la investigación aplicada utiliza conocimientos teóricos existentes para abordar situaciones reales y generar intervenciones que produzcan resultados tangibles.

En este contexto, la formulación de estrategias competitivas busca transformar los desafíos del turismo local (como la limitada infraestructura y la falta de capacitación) en oportunidades de desarrollo sostenible para la comunidad de Ccorcca.

### **3.2.2 Nivel de investigación**

El estudio corresponde al nivel descriptivo-correlacional. De acuerdo con Creswell (2014), la investigación descriptiva se orienta a identificar y detallar las características de un fenómeno o población, mientras que la investigación correlacional analiza el grado de relación existente entre dos o más variables, sin establecer causalidad directa.

En este caso, se pretende describir las estrategias competitivas implementadas en la actividad turística del distrito y determinar su relación con los indicadores del desarrollo socioeconómico local, permitiendo una comprensión más profunda de las dinámicas presentes en el ámbito turístico de Ccorcca.

### **3.2.3 *Diseño de investigación***

El presente trabajo de investigación adopto el diseño es no experimental y de corte transversal.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), en los diseños no experimentales los fenómenos se observan tal como se presentan en su contexto natural, sin manipular las variables.

De esta manera, el estudio analiza el impacto de las estrategias competitivas en el desarrollo socioeconómico del turismo en Ccorcca sin intervenir directamente en la realidad estudiada, recopilando información en un solo momento del tiempo.

### **3.2.4 *Enfoque de investigación***

El estudio se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, ya que busca medir, describir y analizar la relación existente entre las variables estrategias competitivas y desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca.

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo se caracteriza por la recolección y el análisis de datos numéricos con el propósito de establecer patrones, relaciones o asociaciones entre variables mediante procedimientos estadísticos.

En este caso, el instrumento principal utilizado fue un cuestionario estructurado, que permitió obtener datos mensurables sobre las percepciones de los actores turísticos locales respecto a las estrategias competitivas y su influencia en el desarrollo socioeconómico.

Asimismo, el análisis estadístico, basado en la correlación de Spearman, permitió determinar el grado de relación existente entre ambas variables, cumpliendo así con los objetivos del diseño correlacional planteado.

Por lo tanto, el enfoque cuantitativo-correlacional resulta pertinente para este estudio, ya que posibilita una comprensión objetiva de las relaciones entre las variables estudiadas, sustentada en evidencia empírica y análisis estadístico.

### **3.3 Unidad de análisis**

La unidad de análisis de este estudio comprende los principales actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística y los elementos vinculados en el desarrollo de la actividad turística y los elementos vinculados al contexto socioeconómico del distrito de Ccorcca, en la provincia de Cusco, durante el año 2024. Estos actores y elementos son fundamentales para evaluar el impacto y la relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico.

#### **3.3.1 Actores Sociales**

Los grupos poblacionales y organizaciones consideradas en este estudio son:

- A. **Autoridades locales:** representados por los funcionarios de la Municipalidad Distrital de Ccorcca, quienes tienen un rol clave en la planificación y gestión de las estrategias turísticas.
- B. **Empresarios turísticos:** dueños o responsables de negocios relacionados con el turismo, como operadores turísticos, alojamientos y transporte.
- C. **Población local:** habitantes del distrito de Ccorcca que participan directa o indirectamente en actividades turísticas, como artesanos, agricultores y guías locales.

- D. *Visitantes*: turistas y excursionistas que arriban al distrito y cuya experiencia es evaluada en función de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.

### **3.3.2 Aspectos Evaluados**

Estrategias Competitivas: Acciones implementadas en el ámbito turístico que influyan promoción, diversificación de actividades, infraestructura y capacitación.

Indicadores Socioeconómicos: Factores como la generación de empleo, incremento de ingresos, acceso a servicios básicos y percepción de la calidad de vida de los habitantes locales.

### **3.3.3 Relevancia de la Unidad de Análisis**

La inclusión de estos actores y aspectos gravitantes, permite conseguir un enfoque más integral para:

- a) Evaluar como las estrategias competitivas impactan en la sociedad y viabilidad de la actividad turística.
- b) Identificar las brechas entre las necesidades de la población local y las acciones implementadas.
- c) Formular recomendaciones orientadas a mejorar la gestión turística y el desarrollo socioeconómico de la comunidad.

Esta delimitación asegura que el análisis se enfoque en las dinámicas específicas del turismo en Ccorcca y su potencial para generar un impacto en el bienestar de los habitantes

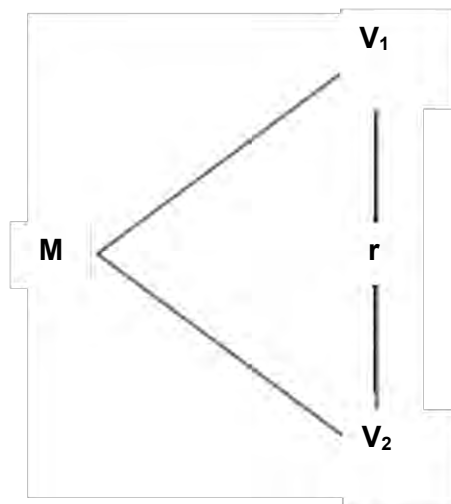
### 3.4 Población de estudio

La población de estudio es el conjunto de todos los casos que concuerden con determinadas especificaciones. (Hernandez, Fernandez, & Batista, 2014)

La población de estudio estará conformada por los principales actores relacionados con la actividad turística y el desarrollo socioeconómico en el distrito de Ccorcca. Esta población estuvo conformada de la siguiente manera:

- a) Autoridades locales. - funcionarios de la Municipalidad Distrital de Ccorcca y otras instituciones vinculadas a la gestión turística y el desarrollo local
- b) Empresarios y prestadores de servicios turísticos. - propietarios y empleados de negocios relacionados con el turismo, como operadores turísticos, hospedajes, restaurante y transporte
- c) Población Local. - habitantes del distrito de Ccorcca que participan de manera directa o indirecta en las actividades turísticas, como artesanos, agricultores y guías locales.
- d) Visitantes. – turistas y excursionistas que llegan al distrito de Ccorcca, tanto nacionales como internacionales.

Se utilizará el siguiente esquema:



Donde:

M : Muestra

V<sub>1</sub> : Estrategias Competitivas

V<sub>2</sub> : Desarrollo Socioeconómico

r : Coeficiente de relación de V1 y V2

#### **3.4.1 *Tamaño de la Población***

La población total incluye:

- a) Autoridades locales y representantes institucionales: aproximadamente 20 personas.
- b) Empresarios y prestadores de servicios turísticos: cerca de 50 personas.
- c) Población local económicamente activa al turismo: aproximadamente 300 personas.
- d) Visitantes estimados en el periodo de estudio: se proyecta un promedio de 250 visitantes en el año 2024.

#### **3.4.2 *Criterios de Inclusión***

- a) Personas directamente involucradas en actividades turísticas o en la gestión del desarrollo del distrito.
- b) Residentes del distrito que participan en actividades económicas derivadas del turismo.
- c) Visitantes que hayan arribado el distrito en el periodo de estudio.

### **3.4.3 Criterios de Exclusión**

- a) Habitantes y empleados que no tengan relación con las actividades turísticas.
- b) Visitantes cuya estancia en el distrito no sea representativa o que no puedan responder a los instrumentos de investigación.

### **3.5 Tamaño de muestra**

Para la presente investigación se encuestó a 160 personas involucradas. Este número se estableció en función de la accesibilidad y disponibilidad de encuestados durante el periodo de recolección de datos en el distrito de Ccorcca. El total de 160 corresponde al conjunto de funcionarios, empresarios, prestadores de servicios turísticos, pobladores y visitantes (nacionales e internacionales) que cumplían los criterios de inclusión y que fueron contactados y aceptaron participar en el estudio en el marco temporal definido.

#### **3.5.1 Tipo de muestreo**

Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, dado que la selección de los participantes se basó en la accesibilidad y disposición de los visitantes presentes en los puntos de afluencia del destino (paraderos, atractivos, alojamientos y puntos de venta de servicios turísticos) durante el periodo de trabajo de campo. Es así que el muestreo por conveniencia es apropiado cuando el investigador requiere obtener información de forma rápida y práctica, cuando no es posible contar con un marco muestral exhaustivo o cuando las limitaciones de tiempo y recursos impiden la aplicación de un muestreo probabilístico. (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2014; Etikan, Musa & Alkassim, 2016).

En tal sentido Hernández Sampieri et al. (2014) señalan que las técnicas no probabilísticas, como la conveniencia, se utilizan con frecuencia en investigaciones aplicadas y exploratorias donde la accesibilidad de los participantes es prioritaria. Etikan, Musa y Alkassim (2016) puntualizan que el muestreo por conveniencia permite reunir rápidamente datos cuando la población es difícil de enumerar o cuando se trabaja con participantes que se encuentran en lugares y tiempos concretos

A continuación, se muestra las 160 personas tanto de las oficinas de administrativas de la municipalidad distrital de Ccorca, empresarios de la zona, vecinos aledaños y visitantes que estuvieron de visita en las zonas turísticas:

**Tabla 7. Tamaño de muestra**

. N°	AREA INSTITUCIONAL	CANT. PERSONAL
01	Funcionarios Públicos	20
02	Empresarios y prestadores de servicios Turísticos	12
03	Pobladores	98
04	Visitantes	30
	<b>TOTAL</b>	160

### 3.6 Técnicas de Selección de Muestras

Tamayo (2003)“A partir de la población cuantificada para una investigación, se determina la muestra, cuando no es posible medir cada una de las entidades de población; esta muestra, se considera, es representativa de la población” (pág. 176).

Por lo que se entiende muestreo no probabilístico por conveniencia; dado que permite crear muestras de acuerdo con la facilidad de acceso, la disponibilidad de los emprendimientos turísticos de la zona para formar parte de la muestra.

### 3.7 Técnicas de recolección de datos e información

En la presente investigación se emplearán diversas técnicas de recolección de datos e información para obtener una comprensión integral de la problemática y sustentar la formulación de estrategias competitivas en el ámbito turístico del distrito de Ccorca. Estas técnicas incluyen el análisis documental, la observación y la aplicación de encuestas, cada una de las cuales aporta diferentes perspectivas y niveles de detalle sobre el fenómeno estudiado.

- A) El análisis documental se utilizará para recabar información secundaria proveniente de fuentes oficiales, bibliográficas y archivos institucionales, tales como informes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, documentos históricos y estudios previos relacionados con el desarrollo socioeconómico y el turismo en la región. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), esta técnica permite contextualizar la investigación, identificar tendencias y comprender el marco teórico y normativo que rige la actividad turística en el distrito. La revisión de la documentación facilitará la identificación de variables y la formulación de hipótesis, siendo fundamental para establecer la base conceptual del estudio.
  
- B) La observación se implementará como una técnica de recolección directa de datos en el campo, mediante la cual se registrarán de forma sistemática las condiciones y actividades relacionadas con la infraestructura turística, la interacción entre visitantes y comunidad, así como el funcionamiento de los servicios turísticos en el distrito. Esta técnica, de carácter no participante o participante, según se requiera, permite obtener datos empíricos sobre el comportamiento real de los actores involucrados y la operatividad del destino. Como señala (Creswell, 2014), la observación es especialmente útil para complementar la información obtenida

por otras técnicas y para identificar aspectos que pueden no ser evidentes a partir de la documentación o de los cuestionarios.

- C) La encuesta se aplicará a una muestra representativa de actores clave del sector turístico y a la comunidad local, con el objetivo de recabar datos primarios sobre percepciones, actitudes y niveles de satisfacción respecto a la oferta turística, así como la identificación de necesidades y expectativas en materia de desarrollo socioeconómico. Este instrumento permitirá cuantificar variables relevantes y analizar la relación entre las estrategias competitivas implementadas y el rendimiento del sector, facilitando un análisis correlacional robusto. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) destacan que la encuesta es una herramienta versátil para la recolección de datos a gran escala, permitiendo la generalización de resultados y el análisis estadístico de las relaciones entre variables.

### **3.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información**

La información recabada durante el trabajo de campo, fueron procesados y analizados con ayuda del programa SPSS el mismo que es un software estadístico que ofrece un rápido entorno de modelación visual desde lo más simple hasta lo complejo para crear modelos de manera interactiva y realizar cambios utilizando técnicas analíticas probadas y acreditadas. (Quezada, 2012).

En la presente investigación se creó un cuestionario de 24 preguntas (Ver Anexo N°1) estructurado como instrumento de recolección de datos, aplicado a cuatro grupos de actores vinculados con la actividad turística del distrito de Ccorcca: funcionarios públicos, empresarios y prestadores de servicios turísticos, pobladores locales y visitantes. Aunque las preguntas conservaron el mismo sentido y contenido teórico, se

realizaron ligeras adaptaciones en su redacción para adecuarlas al perfil de cada grupo de encuestados, con el fin de asegurar la comprensión y relevancia de los ítems.

De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2023), los instrumentos de medición pueden ser modificados o adaptados siempre que “mantengan la coherencia con las variables y dimensiones del estudio, garantizando la validez de contenido y la confiabilidad del instrumento” (p. 205). Es decir, los ajustes lingüísticos o contextuales no afectan la validez si no se altera la estructura conceptual.

Por su parte, Bisquerra Alzina (2009) señala que “la adaptación de instrumentos a distintos colectivos es una práctica habitual en las ciencias sociales, siempre que se mantenga la equivalencia semántica y conceptual de los ítems” (p. 87). Esto implica que la adaptación no debe cambiar el significado del contenido, sino facilitar la comprensión por parte de cada grupo encuestado.

Asimismo, Arias (2012) sostiene que “los instrumentos pueden adecuarse según las características del contexto y del informante, sin que ello implique una pérdida de validez o rigor científico, siempre que las modificaciones se documenten adecuadamente” (p. 98).

Por tanto, la aplicación de versiones adaptadas del cuestionario en esta investigación se considera metodológicamente válida. Las modificaciones realizadas se limitaron al lenguaje y presentación de las preguntas, conservando el mismo número de ítems, dimensiones y escalas de medición. Esto permitió obtener información más precisa y confiable, manteniendo la consistencia teórica del instrumento y fortaleciendo su validez de contenido.

El cuestionario creado para el presente trabajo de investigación de 24 preguntas (Ver Anexo N°1) correspondientes a las dimensiones de cada variable, siendo las

primeras 12 para la variable: Estrategias competitivas y las últimas 12 para la variable Desarrollo.

Dentro de las primeras 12 orientadas a la Estrategias Competitivas, las cuatro primeras fueron diseñadas para la dimensión Liderazgo innovador, las preguntas 1,2,3 y 4; la siguiente, para la dimensión Servicios Turísticos, las preguntas 5,6,7 y 8 la dimensión Gestión Organizacional, las preguntas 9,10, 11y 12

Por otro lado, para la variable Desarrollo Socioeconómico, las preguntas 13 al, 24, corresponden a la dimensión Calidad de Vida, las preguntas 13, 14, 15 y 16, para la dimensión Ingresos Económicos. Las preguntas 17, 18, 19 y 20 pertenecen a la dimensión Desarrollo Local, las preguntas 21, 22, 23 y 24.

Para el análisis e interpretación de la información recolectada en la presente investigación se emplearon técnicas estadísticas que permitieron garantizar la confiabilidad del instrumento y la pertinencia de las pruebas inferenciales aplicadas. Estas técnicas fueron seleccionadas en función del enfoque cuantitativo, el diseño correlacional del estudio y el tipo de datos obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los funcionarios públicos, empresarios y prestadores de servicios turísticos, pobladores y visitantes del distrito de Ccorcca, provincia del Cusco.

El procesamiento de los datos se realizó mediante el uso de herramientas informáticas, lo que permitió organizar, analizar e interpretar la información de manera sistemática y objetiva. Las técnicas aplicadas se detallan a continuación.

### ***3.8.1 Prueba de confiabilidad del instrumento (Alfa de Cronbach)***

La confiabilidad del instrumento de recolección de datos fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual permite medir el grado de consistencia interna de

los ítems que conforman el cuestionario. Este coeficiente determina si los ítems de una escala se encuentran correlacionados entre sí y si miden de manera homogénea el constructo propuesto, constituyéndose en un indicador fundamental para garantizar la fiabilidad del instrumento utilizado en la investigación.

De acuerdo con Oviedo y Campo (2005), los valores del coeficiente Alfa de Cronbach deben interpretarse considerando determinados rangos. En ese sentido, valores inferiores a 0,70 indican una confiabilidad baja del instrumento; valores comprendidos entre 0,70 y 0,90 reflejan una confiabilidad aceptable; mientras que valores superiores a 0,91 pueden sugerir la existencia de redundancia o duplicación de ítems, es decir, que varios ítems estarían midiendo el mismo aspecto del constructo. Por ello, aunque un valor elevado del coeficiente Alfa de Cronbach evidencia una alta consistencia interna, es necesario analizarlo cuidadosamente para evitar la repetición innecesaria de ítems dentro del instrumento.

**Tabla 8.** Interpretación del coeficiente Alfa de Cronbach según Oviedo y Campo (2005)

<b>Valor del Alfa de Cronbach</b>	<b>Nivel de confiabilidad</b>	<b>Interpretación</b>
Menor a 0,70	Confiabilidad baja	El instrumento presenta baja consistencia interna, por lo que se recomienda revisar o reformular los ítems.
0,70 a 0,90	Confiabilidad aceptable	El instrumento presenta una adecuada consistencia interna y es confiable para su aplicación.
0,91 a 1,00	Posible redundancia de ítems	Existe una alta consistencia interna; sin embargo, valores muy elevados pueden indicar duplicación o redundancia de ítems que miden el mismo aspecto del constructo.

### ***A. Prueba de confiabilidad de la variable estrategias competitivas***

La confiabilidad del instrumento correspondiente a la variable estrategias competitivas se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, considerando los ítems comprendidos desde la pregunta 1 hasta la pregunta 12 del cuestionario, los cuales se estructuran en las dimensiones liderazgo innovador, servicios turísticos y gestión organizacional.

Dado que el instrumento fue aplicado a diferentes unidades de estudio funcionarios públicos, empresarios y prestadores de servicios turísticos, pobladores y visitantes y que las preguntas fueron adaptadas lingüísticamente para cada grupo, manteniendo las mismas dimensiones, indicadores e ítems, la prueba de confiabilidad se realizó de manera diferenciada por unidad de estudio, con el propósito de obtener resultados estadísticamente válidos y metodológicamente consistentes.

***Tabla 9. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: funcionarios públicos***

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,831	12

***Fuente:*** Salida del software estadístico SPSS 27

***Tabla 10. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: empresarios y prestadores de servicios turísticos***

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,785	12

***Fuente:*** Salida del software estadístico SPSS 27

**Tabla 11.** *Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: pobladores*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,026	12

**Fuente:** Salida del software estadístico SPSS 27

**Tabla 12.** *Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: visitantes*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	12

**Fuente:** Salida del software estadístico SPSS 27

**Interpretación:** La confiabilidad de la variable Estrategias Competitivas, evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach considerando los ítems del 1 al 12 del cuestionario, mostró resultados diferenciados según la unidad de estudio. En el caso de los funcionarios públicos ( $\alpha = 0,831$ ), empresarios y prestadores de servicios turísticos ( $\alpha = 0,785$ ) y visitantes ( $\alpha = 0,824$ ), los valores obtenidos evidencian niveles de confiabilidad buena a muy buena, lo que demuestra una adecuada consistencia interna del instrumento en estos grupos. Esto indica que los ítems relacionados con liderazgo innovador, servicios turísticos y gestión organizacional presentan coherencia estadística y miden de manera homogénea la percepción sobre las estrategias competitivas implementadas en la actividad turística.

No obstante, en la unidad de estudio correspondiente a los pobladores ( $\alpha = 0,088$ ), el coeficiente obtenido refleja una consistencia interna no aceptable. Este resultado puede explicarse por la heterogeneidad de percepciones respecto al rol del turismo en el desarrollo local, dado que la principal actividad económica de la población se centra en

la agricultura y la ganadería, siendo el turismo una actividad complementaria o poco desarrollada. En consecuencia, la dispersión de respuestas genera baja correlación entre los ítems, afectando el nivel de confiabilidad en este grupo específico.

En términos generales, la variable Estrategias Competitivas presenta adecuados niveles de consistencia interna en tres de las cuatro unidades de estudio, lo que respalda la confiabilidad del instrumento para fines investigativos.

### ***B. Prueba de confiabilidad de la variable desarrollo socioeconómico***

La confiabilidad del instrumento correspondiente a la variable desarrollo socioeconómico de la actividad turística se evaluó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, considerando los ítems comprendidos desde la pregunta 13 hasta la pregunta 24 del cuestionario, los cuales se estructuran en las dimensiones calidad de vida, ingresos económicos y desarrollo local.

Debido a que el instrumento fue aplicado a diferentes unidades de estudio funcionarios públicos, empresarios y prestadores de servicios turísticos, pobladores y visitantes y adaptado lingüísticamente para cada grupo, manteniendo las mismas dimensiones, indicadores e ítems, la prueba de confiabilidad se realizó de forma diferenciada por unidad de estudio, con el fin de respetar la homogeneidad de las respuestas y obtener resultados metodológicamente adecuados.

***Tabla 13. Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: funcionarios públicos***

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,774	12

***Fuente:*** Salida del software estadístico SPSS 27

**Tabla 14.** Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: empresarios y prestadores de servicios turísticos

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,767	12

**Fuente:** Salida del software estadístico SPSS 27

**Tabla 15.** Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: pobladores

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
-,085	12

**Fuente:** Salida del software estadístico SPSS 27

**Tabla 16.** Análisis de confiabilidad por unidad de estudio: visitantes

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	12

**Fuente:** Salida del software estadístico SPSS 27

**Interpretación:** La variable Desarrollo Socioeconómico, evaluada a través de los ítems comprendidos entre las preguntas 13 y 24 del cuestionario, presentó resultados diferenciados según la unidad de estudio analizada.

Los coeficientes Alfa de Cronbach obtenidos para los grupos de funcionarios públicos ( $\alpha = 0,774$ ), empresarios y prestadores de servicios turísticos ( $\alpha = 0,767$ ) y visitantes ( $\alpha = 0,834$ ), indican niveles de confiabilidad de "buena" a "muy buena". Estos valores evidencian una adecuada consistencia interna en la medición de las dimensiones

calidad de vida, ingresos económicos y desarrollo local para estos actores. Los resultados confirman que, para quienes están directamente vinculados a la cadena de valor o al consumo turístico, los ítems mantienen coherencia estadística y miden de manera homogénea el impacto de la actividad.

Sin embargo, en el grupo de pobladores, se obtuvo un coeficiente de  $-0,085$ , lo que refleja una consistencia interna no aceptable según los estándares psicométricos convencionales. Este comportamiento no se atribuye a un error en el diseño del instrumento, sino que constituye un hallazgo sociológico significativo: evidencia la limitada vinculación directa del turismo con las actividades económicas predominantes de la población local, como la agricultura y la ganadería.

Al percibirse el turismo como una actividad de "enclave" operada mayoritariamente por agencias externas en zonas como Tecsecocha, los pobladores carecen de una estructura de opinión uniforme sobre sus beneficios. Esta heterogeneidad extrema en las respuestas produce una correlación nula o negativa entre los ítems, reflejando estadísticamente la desconexión sistémica entre el desarrollo local y el sector turístico en el distrito.

En conclusión, la variable Desarrollo Socioeconómico presenta niveles adecuados de confiabilidad en las unidades de estudio con mayor nivel de involucramiento en el sector, lo que respalda la validez interna del instrumento para los fines de esta investigación. Para el caso específico de los pobladores, los datos serán analizados desde una perspectiva descriptiva y crítica, asumiendo que la baja fiabilidad es, en sí misma, un indicador de la exclusión de la comunidad en los beneficios del desarrollo turístico.

### ***Prueba de normalidad***

Con la finalidad de determinar el tipo de distribución de los datos y establecer la prueba estadística más adecuada para la contrastación de las hipótesis, se aplicó la prueba de normalidad a la información recopilada en la investigación. Este procedimiento permitió verificar si los datos correspondientes a las variables de estudio presentan una distribución normal, lo cual constituye un criterio importante para seleccionar entre pruebas estadísticas paramétricas o no paramétricas.

La investigación consideró cuatro grupos de estudio: funcionarios públicos (20), empresarios y prestadores de servicios turísticos (12), pobladores (98) y visitantes (30), sumando un total de 160 encuestados. En función del tamaño de muestra de cada grupo y siguiendo las recomendaciones estadísticas, se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk para los grupos con menos de 50 observaciones (funcionarios, empresarios y visitantes) y la prueba de Kolmogorov-Smirnov para el grupo de pobladores, cuyo tamaño muestral es mayor a 50 casos.

El criterio de decisión se estableció considerando un nivel de significancia de  $\alpha = 0,05$ . De esta manera, cuando el valor de significancia (Sig.) es mayor a 0,05, se acepta que los datos presentan una distribución normal; mientras que si el valor es menor o igual a 0,05, se concluye que los datos no siguen una distribución normal. Los resultados de esta prueba permitieron determinar el uso de pruebas estadísticas no paramétricas, específicamente el coeficiente de correlación de Spearman, para el análisis de la relación entre las variables estrategias competitivas y desarrollo socioeconómico.

**Tabla 17. Prueba de Normalidad para las variables 1 y variables 2****Pruebas de normalidad**

Subgrupo	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Funcionarios públicos	Estrategias competitivas			,948	20	<b>,344</b>
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística			,965	20	<b>,657</b>
Empresarios turísticos	Estrategias competitivas			,919	13	<b>,281</b>
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística			,850	13	<b>,037</b>
Pobladores	Estrategias competitivas	,962	98	<b>,006</b>		
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	,977	98	<b>,087</b>		
Visitantes	Estrategias competitivas			,899	30	,007
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística			,949	30	,163

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Interpretación:** Se realizó la prueba de normalidad de los datos correspondientes a las variables Estrategias competitivas y Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística en los cuatro subgrupos de estudio (Funcionarios públicos, Empresarios turísticos, Pobladores y Visitantes), empleando los estadísticos de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors y Shapiro-Wilk, considerando un nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$ . Los resultados evidencian que, en el grupo de Funcionarios públicos, ambas variables presentan valores de significancia superiores a 0.05 ( $p = 0.344$  y  $p = 0.657$ ), lo

que indica que los datos se distribuyen normalmente. En el grupo de Empresarios turísticos, la variable Estrategias competitivas cumple el supuesto de normalidad ( $p = 0.281$ ), mientras que Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística no lo cumple ( $p = 0.037$ ). En el grupo de Pobladores, Estrategias competitivas no presenta distribución normal ( $p = 0.006$ ), en tanto que Desarrollo Socioeconómico sí evidencia normalidad ( $p = 0.087$ ). De igual forma, en el grupo de Visitantes, Estrategias competitivas no cumple el supuesto de normalidad ( $p = 0.007$ ), mientras que Desarrollo Socioeconómico sí presenta una distribución normal ( $p = 0.163$ ). En consecuencia, considerando que no todas las variables en todos los grupos alcanzan valores de significancia mayores a 0.05, se concluye que el supuesto de normalidad no se cumple de manera homogénea en la muestra estudiada; por tanto, metodológicamente se justifica la aplicación de pruebas estadísticas no paramétricas para el análisis inferencial, garantizando mayor rigurosidad y validez en la interpretación de los resultados de la investigación.

### **3.8.2 *Análisis Estadístico***

El análisis estadístico se llevó a cabo mediante métodos descriptivos y correlacionales para examinar y cuantificar la relación entre las variables de interés, en particular, entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística. Los datos recopilados a través de las encuestas se sometieron a un primer análisis univariado para determinar las medidas de tendencia central y dispersión, lo que permitirá caracterizar la muestra en términos de sus respuestas. Posteriormente, se aplicó un análisis correlacional, utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, según la naturaleza de los datos) para evaluar la fuerza y dirección de la relación entre las estrategias competitivas implementadas y los indicadores de desarrollo socioeconómico del sector. Esta metodología estadística robusta es fundamental para

identificar patrones, tendencias y diferencias significativas, y para validar las hipótesis planteadas, lo que, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), garantiza la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos en la investigación).

### **3.9 Técnicas para demostrar verdad o falsedad de las hipótesis planteadas**

Para la demostración de la verdad o falsedad de las hipótesis formuladas en la presente investigación, se empleó la prueba estadística de correlación Rho de Spearman, debido a que el estudio es de tipo correlacional y las variables analizadas fueron medidas a través de escalas ordinales, propias de los instrumentos tipo Likert utilizados en la recolección de datos. Asimismo, esta prueba resulta adecuada cuando los datos no presentan una distribución normal, condición que fue verificada previamente mediante la prueba de normalidad, lo que justifica la aplicación de un método estadístico no paramétrico.

La elección del coeficiente Rho de Spearman permite medir de manera confiable el grado de asociación, así como la dirección e intensidad de la relación existente entre dos variables, sin exigir el cumplimiento de los supuestos de normalidad que requieren las pruebas paramétricas. En este sentido, su aplicación es pertinente para analizar la relación entre la variable Estrategias Competitivas y la variable Desarrollo Socioeconómico de la actividad turística, así como entre cada una de las dimensiones de la variable Estrategias Competitivas liderazgo innovador, servicios turísticos y gestión organizacional y el desarrollo socioeconómico. El criterio para la aceptación o rechazo de las hipótesis se estableció en función del nivel de significancia estadística ( $\alpha = 0,05$ ). De este modo, cuando el valor de significancia (Sig.) obtenido es menor o igual a 0,05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación; caso contrario, cuando el valor es mayor a 0,05, no se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 18.** Criterios de significancia estadística para la contratación de hipótesis

Valor de significancia (Sig.)	Decisión estadística
Sig. $\leq$ 0,05	Se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis de investigación ( $H_1$ )
Sig. $>$ 0,05	No se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ )

Fuente: Hernández Sampieri

Así mismo, el nivel de correlación se determina en función del valor absoluto del coeficiente Rho de Spearman, considerando que valores próximos a cero reflejan una relación débil entre las variables, mientras que valores intermedios indican una correlación moderada, y valores cercanos a uno evidencian una correlación alta o muy alta. Esta categorización permite evaluar con mayor precisión la fuerza de la relación existente entre las variables y sus dimensiones, sirviendo de base para la contratación de las hipótesis planteadas, cuyos resultados se presentan y analizan en el Capítulo IV de la investigación.

**Tabla 19.** Interpretación del coeficiente de correlación Rho de Spearman ( $\rho$ )

Rango del coeficiente ( $\rho$ )	Tipo de correlación
-1,00	Correlación negativa perfecta
-0,90 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,70 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,40 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,20 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0,00	Ausencia de correlación
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,20 a 0,39	Correlación positiva baja
0,40 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,70 a 0,89	Correlación positiva alta
0,90 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1,00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández Sampieri

## CAPITULO CUARTO

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1 Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

##### 4.1.1 *Procesamiento de resultados*

El procesamiento de resultados constituyó una etapa fundamental para garantizar la validez, confiabilidad y rigurosidad científica de los resultados obtenidos en el presente estudio. Los datos fueron recolectados mediante la aplicación de cuatro cuestionarios diferenciados, dirigidos a actores clave del sistema turístico del distrito de Ccorcca, considerando las particularidades propias de cada grupo de análisis. En ese sentido, la población encuestada estuvo conformada por 20 funcionarios públicos, 12 empresarios y prestadores de servicios turísticos, 98 pobladores del distrito y 30 visitantes, sumando un total de 160 encuestados.

Si bien los instrumentos fueron adaptados al perfil de cada grupo, todos los cuestionarios mantuvieron una estructura homogénea en cuanto a dimensiones, indicadores y escala de medición tipo Likert, lo que permitió asegurar la consistencia

metodológica y la comparabilidad de los resultados entre los distintos actores involucrados en la actividad turística.

Una vez concluido el trabajo de campo, la información recopilada fue sometida a un proceso exhaustivo de revisión y depuración, con el propósito de identificar posibles inconsistencias, omisiones, errores de registro o cuestionarios incompletos. Aquellos instrumentos que presentaron respuestas inválidas o información insuficiente fueron excluidos del análisis, garantizando así la calidad y confiabilidad de la base de datos utilizada en las etapas posteriores del estudio.

Posteriormente, se procedió a la codificación de las respuestas, asignando valores numéricos a cada categoría de la escala tipo Likert empleada (totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo). Este procedimiento permitió transformar la información de carácter cualitativo en datos cuantificables, facilitando su tratamiento estadístico y su análisis sistemático.

Los datos codificados fueron organizados en matrices de información, estructuradas de acuerdo con las dimensiones e indicadores definidos en el diseño metodológico. Esta organización permitió agrupar las respuestas de los distintos actores funcionarios públicos, empresarios turísticos, pobladores y visitantes en función de criterios comunes de análisis, favoreciendo la comparación intergrupala y permitiendo identificar coincidencias, divergencias y tendencias generales.

El procesamiento estadístico de la información se realizó mediante el uso de estadística descriptiva, considerando el cálculo de frecuencias absolutas, porcentajes, porcentajes acumulados y valores promedio. Estos estadísticos permitieron identificar niveles de percepción, patrones de comportamiento y tendencias predominantes en

relación con las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca, desde una perspectiva multiactor.

Con el fin de facilitar la comprensión, interpretación y visualización de los resultados, la información procesada fue representada mediante tablas y gráficos, los cuales permitieron sintetizar los datos obtenidos y resaltar las principales diferencias y similitudes entre los grupos de análisis. Estas representaciones gráficas constituyeron una herramienta clave para el análisis comparativo y para la comunicación clara de los hallazgos del estudio.

Finalmente, el procesamiento de la información se orientó a generar una base empírica sólida para el análisis, interpretación y discusión de los resultados, permitiendo contrastar las percepciones de los distintos actores involucrados en la actividad turística del distrito de Ccorcca. Este enfoque integral facilitó una comprensión global del fenómeno turístico, evidenciando las fortalezas, debilidades y brechas existentes en la gestión de las estrategias competitivas y su impacto en el desarrollo socioeconómico local, lo que sirvió de sustento para las conclusiones y recomendaciones formuladas en los capítulos posteriores.

#### 4.1.2 *Análisis e interpretación de los resultados*

##### 4.1.2.1 **Análisis de resultados: Funcionarios públicos.**

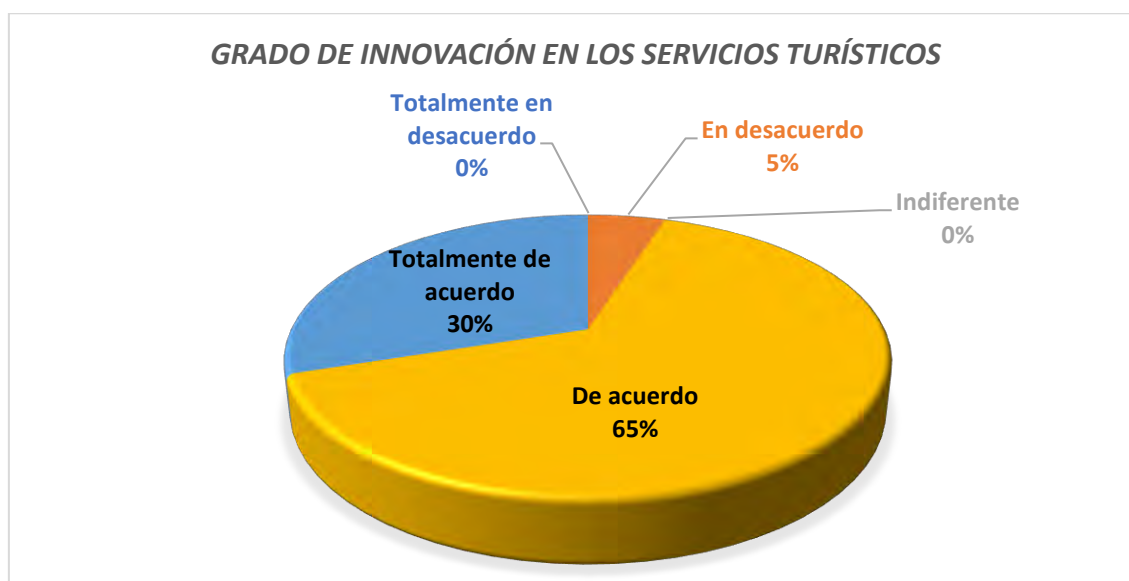
###### *A. Estrategias Competitivas*

**Pregunta 1: Desde la gestión pública, se percibe que la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca**

**Tabla 20.** *Grado de innovación en los servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	5.0	5.0	5.0
Indiferente	0	0.0	0.0	5.0
Válido De acuerdo	13	65.0	65.0	70.0
Totalmente de acuerdo	6	30.0	30.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

**Figura 2.** *Grado de innovación en los servicios turísticos*



**Fuente:** Base de datos SPSS

### ***Descripción de los resultados***

En la Tabla 20 y la Figura 2 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los funcionarios públicos sobre la contribución de la innovación en los servicios turísticos al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 95,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre las categorías de acuerdo (65,0 %) y totalmente de acuerdo (30,0 %).

Asimismo, un 5,0 % de los funcionarios públicos se ubica en la categoría en desacuerdo, mientras que no se registran respuestas en las categorías indiferente ni totalmente en desacuerdo. Esta distribución evidencia una marcada concentración de respuestas en las opciones positivas de la escala.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, la innovación en los servicios turísticos es percibida como un factor determinante para el incremento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca. La amplia mayoría de respuestas favorables refleja una valoración positiva respecto a las acciones implementadas para modernizar y fortalecer la oferta turística.

La ausencia de respuestas en las categorías negativas extremas indica que no existe una percepción crítica significativa sobre el impacto de la innovación. Esto sugiere que las estrategias orientadas a mejorar los servicios turísticos estarían generando efectos visibles en la dinámica del destino.

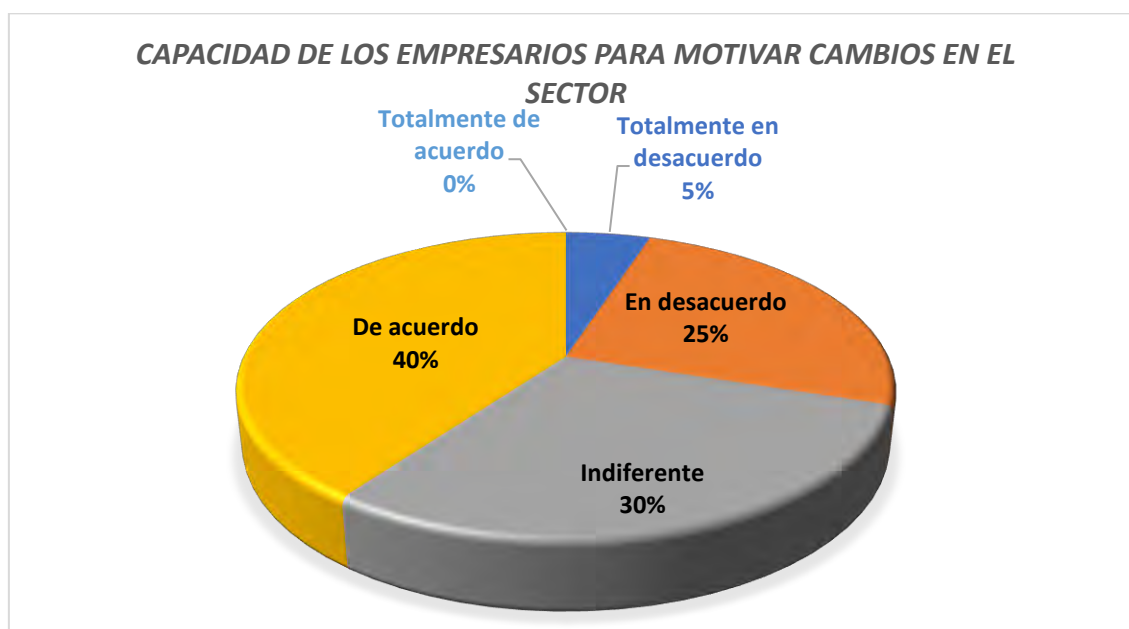
En este contexto, la innovación se consolida como un componente clave dentro de las estrategias competitivas, contribuyendo al posicionamiento del distrito y al impulso del desarrollo socioeconómico a través del fortalecimiento del sector turístico.

**Pregunta 2: Desde las instituciones públicas, se promueve la participación en iniciativas o proyectos colaborativos orientados a mejorar la actividad turística del distrito.**

**Tabla 21.** Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	5.0	5.0	5.0
En desacuerdo	5	25.0	25.0	30.0
Indiferente	6	30.0	30.0	60.0
Válido De acuerdo	8	40.0	40.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

**Figura 3.** Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector



*Fuente:* Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 21 y la Figura 3 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la promoción de iniciativas o proyectos colaborativos

orientados a mejorar la actividad turística del distrito. Los datos muestran que el 40,0 % de los encuestados se ubica en la categoría de acuerdo, mientras que el 30,0 % manifiesta una posición indiferente.

Asimismo, el 30,0 % restante presenta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (25,0 %) y totalmente en desacuerdo (5,0 %), no registrándose respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. Esta distribución evidencia una ligera tendencia favorable, aunque con una presencia significativa de posturas neutrales y negativas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la promoción de proyectos colaborativos desde las instituciones públicas es percibida de manera moderada y no completamente consolidada. Aunque un porcentaje importante reconoce estas acciones, la ausencia de respuestas en la categoría totalmente de acuerdo indica que no se perciben como estrategias plenamente fortalecidas o altamente efectivas.

El porcentaje considerable de respuestas indiferentes sugiere que parte de los funcionarios no identifica claramente el alcance o impacto de estas iniciativas, lo que podría estar relacionado con limitaciones en la articulación interinstitucional o en la comunicación de los resultados alcanzados.

En este contexto, la presencia de percepciones desfavorables pone en evidencia la necesidad de reforzar los mecanismos de coordinación y cooperación entre actores públicos y privados, con el fin de consolidar estrategias colaborativas que contribuyan de manera más efectiva a la competitividad turística y al desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 3: Desde el ámbito institucional, se fomentan espacios de trabajo colaborativo que promueven la creatividad y la innovación en el sector turístico.**

*Tabla 22. Formación de organizaciones creativas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	5	25.0	25.0	50.0
Indiferente	4	20.0	20.0	70.0
Válido De acuerdo	4	20.0	20.0	90.0
Totalmente de acuerdo	2	10.0	10.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 4. Formación de organizaciones creativas*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 22 y la Figura 4 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre el fomento de espacios de trabajo colaborativo que

promueven la creatividad y la innovación en el sector turístico. Los datos evidencian que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre totalmente en desacuerdo (25,0 %) y en desacuerdo (25,0 %).

Asimismo, el 20,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 30,0 % restante presenta una percepción favorable, al situarse en de acuerdo (20,0 %) y totalmente de acuerdo (10,0 %). Esta distribución muestra una mayor concentración de respuestas en las categorías negativas en comparación con las positivas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, no se percibe de manera sólida el fomento de espacios colaborativos orientados a la creatividad e innovación en el sector turístico. La predominancia de respuestas desfavorables sugiere debilidades en la generación de entornos participativos que impulsen la construcción conjunta de propuestas innovadoras.

El porcentaje significativo de respuestas indiferentes indica que una parte de los funcionarios no identifica con claridad la existencia o efectividad de estos espacios de trabajo colaborativo, lo que podría estar relacionado con una limitada institucionalización de dichas iniciativas o con una baja frecuencia en su implementación.

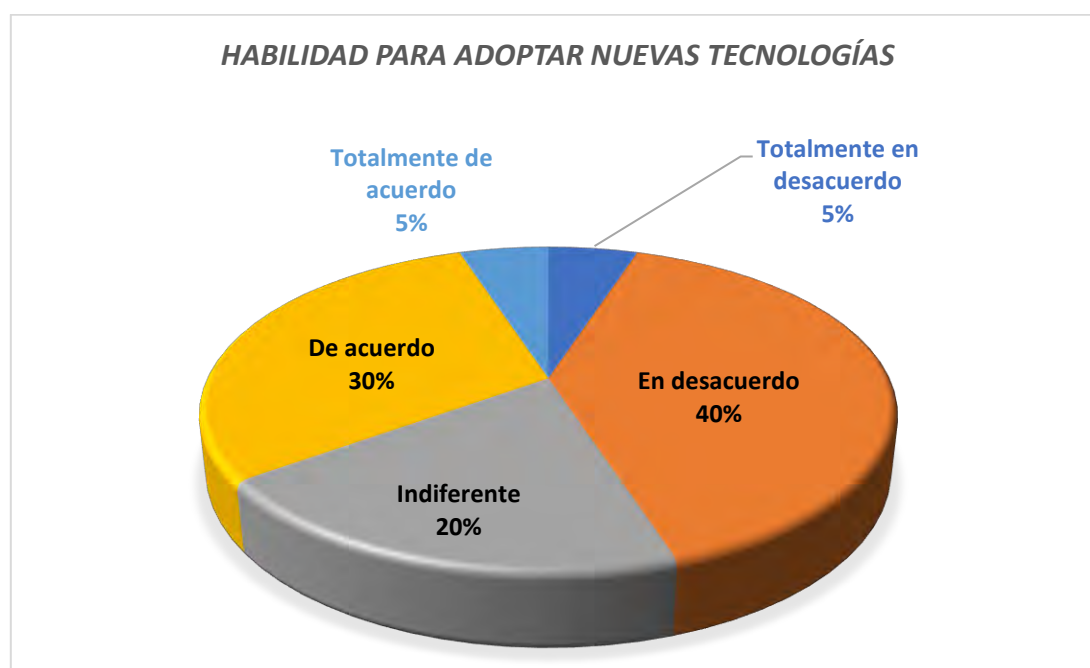
En este contexto, resulta necesario fortalecer mecanismos de articulación interinstitucional y participación multisectorial que promuevan la creatividad como eje estratégico de las estrategias competitivas, contribuyendo así a mejorar el desempeño del sector turístico y su impacto en el desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 4: Desde la gestión pública, se percibe que la incorporación de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la competitividad del sector turístico local.**

*Tabla 23. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	5.0	5.0	5.0
En desacuerdo	8	40.0	40.0	45.0
Indiferente	4	20.0	20.0	65.0
Válido De acuerdo	6	30.0	30.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 5. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*



*Fuente: Base de datos SPS*

#### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 23 y la Figura 5 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la incorporación de nuevas tecnologías y su contribución

a la competitividad del sector turístico local. Los datos evidencian que el 45,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (40,0 %) y totalmente en desacuerdo (5,0 %).

Asimismo, el 20,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 35,0 % restante presenta una percepción favorable, al situarse en de acuerdo (30,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %). Esta distribución refleja una ligera predominancia de opiniones negativas frente a las positivas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la incorporación de nuevas tecnologías no es percibida mayoritariamente como un factor consolidado para mejorar la competitividad del sector turístico local. La presencia significativa de respuestas en desacuerdo sugiere limitaciones en la implementación, acceso o aprovechamiento efectivo de herramientas tecnológicas dentro de la gestión turística.

El porcentaje considerable de respuestas indiferentes evidencia que una parte de los funcionarios no identifica con claridad el impacto real de la transformación digital en el desempeño del sector. Esto podría estar asociado a brechas en capacitación, infraestructura tecnológica o integración de sistemas digitales en los procesos institucionales.

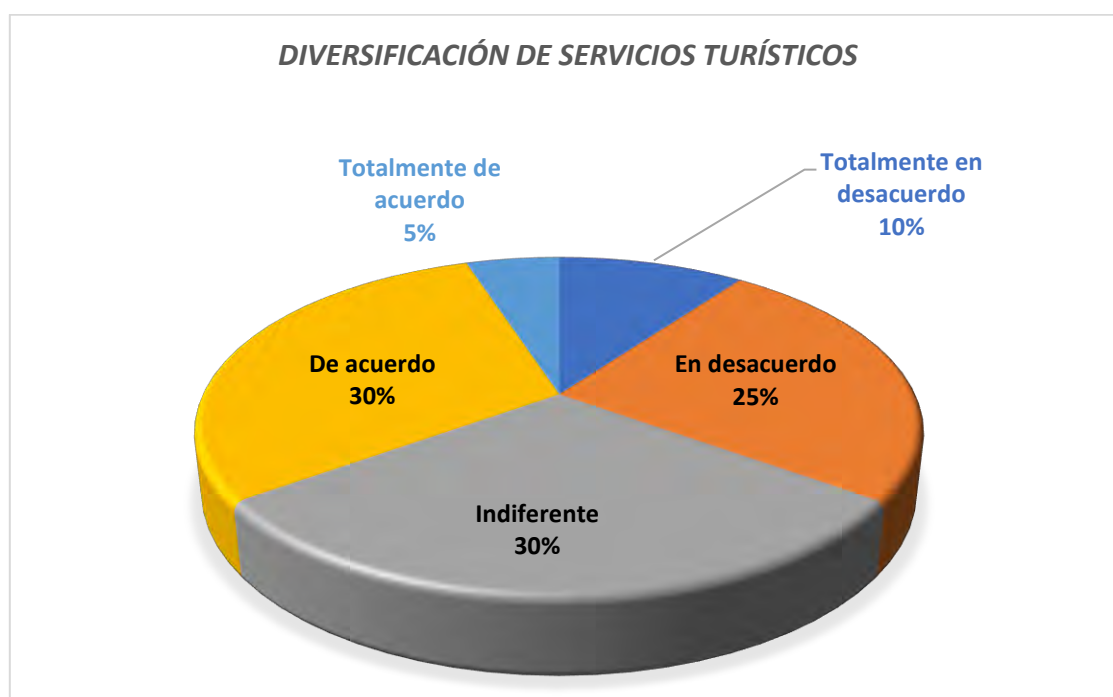
En este contexto, se hace necesario fortalecer las estrategias de innovación tecnológica, promoviendo la capacitación, inversión y adopción progresiva de herramientas digitales que permitan mejorar la eficiencia, visibilidad y competitividad del destino turístico, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 5. Desde la gestión pública, se considera que los servicios turísticos del distrito son variados y responden a las necesidades de los visitantes.**

*Tabla 24. Diversificación de servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	5	25.0	25.0	35.0
Indiferente	6	30.0	30.0	65.0
Válido De acuerdo	6	30.0	30.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 6. Diversificación de servicios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 24 y la Figura 6 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la diversificación de los servicios turísticos del distrito y

su correspondencia con las necesidades de los visitantes. Los datos muestran que el 35,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre totalmente en desacuerdo (10,0 %) y en desacuerdo (25,0 %).

Asimismo, el 30,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 35,0 % restante presenta una percepción favorable, al situarse en de acuerdo (30,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %). Esta distribución evidencia una valoración dividida, con igual proporción de respuestas favorables y desfavorables, además de una presencia significativa de posturas neutrales.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que no existe una percepción claramente consolidada respecto a la variedad y adecuación de los servicios turísticos del distrito. La igualdad porcentual entre percepciones favorables y desfavorables refleja una evaluación institucional fragmentada sobre la capacidad del destino para responder a las demandas y expectativas de los visitantes.

El porcentaje considerable de respuestas indiferentes sugiere que la diversificación de la oferta turística no es percibida como un proceso plenamente estructurado o estratégicamente gestionado. Esto podría indicar limitaciones en la planificación, segmentación del mercado o innovación en los productos turísticos ofrecidos.

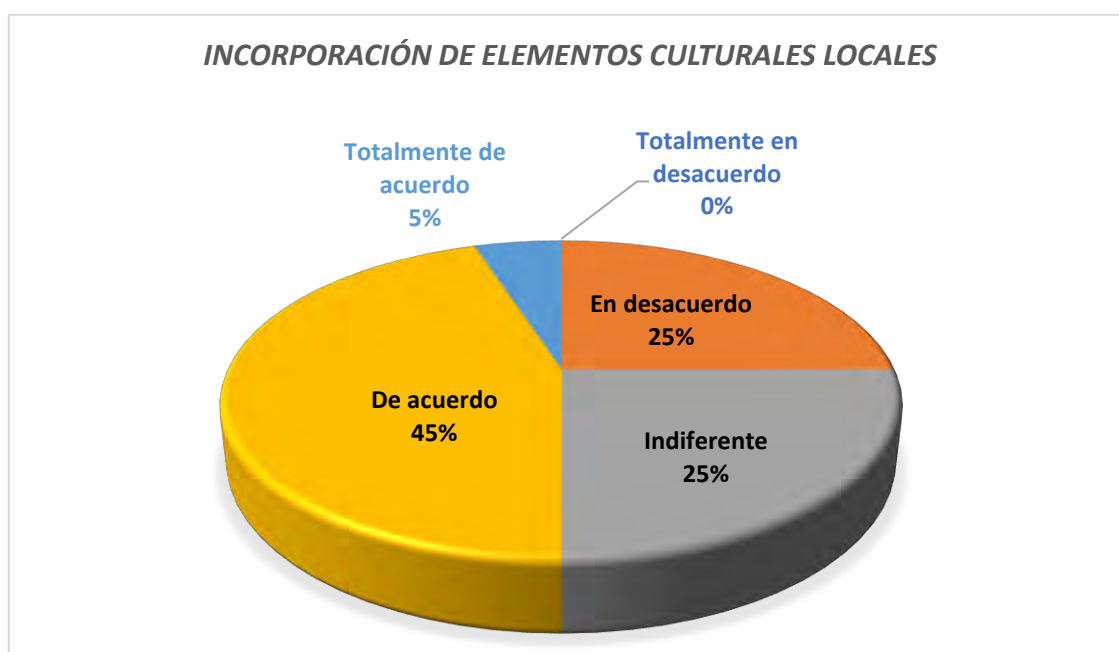
En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer la diversificación y especialización de los servicios turísticos, orientándolos a satisfacer las nuevas tendencias del mercado y a mejorar la competitividad del destino, contribuyendo de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 6. Desde las políticas y acciones institucionales, se promueve la incorporación de elementos de la cultura local en las experiencias turísticas.**

*Tabla 25. Incorporación de elementos culturales locales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	5	25.0	25.0	25.0
Indiferente	5	25.0	25.0	50.0
Válido De acuerdo	9	45.0	45.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 7. Incorporación de elementos culturales locales*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### *Descripción de los resultados*

En la Tabla 25 y la Figura 7 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la promoción de la incorporación de elementos de la

cultura local en las experiencias turísticas. Los datos evidencian que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (45,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %).

Asimismo, el 25,0 % de los funcionarios se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 25,0 % restante presenta una percepción desfavorable al situarse en en desacuerdo (25,0 %), no registrándose respuestas en la categoría totalmente en desacuerdo. Esta distribución muestra una tendencia mayoritariamente favorable, aunque con una presencia importante de posturas neutrales y críticas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, existe una percepción predominantemente positiva respecto a la promoción de elementos culturales locales dentro de la oferta turística del distrito. La mayoría de respuestas favorables sugiere que las políticas y acciones implementadas estarían orientadas a revalorar la identidad cultural como componente estratégico del desarrollo turístico.

No obstante, el porcentaje significativo de respuestas indiferentes indica que aún no todos los funcionarios perciben de manera clara o consistente la integración efectiva de la cultura local en las experiencias turísticas. Esto podría estar vinculado a limitaciones en la articulación entre actores culturales y turísticos o en la visibilización de dichas acciones.

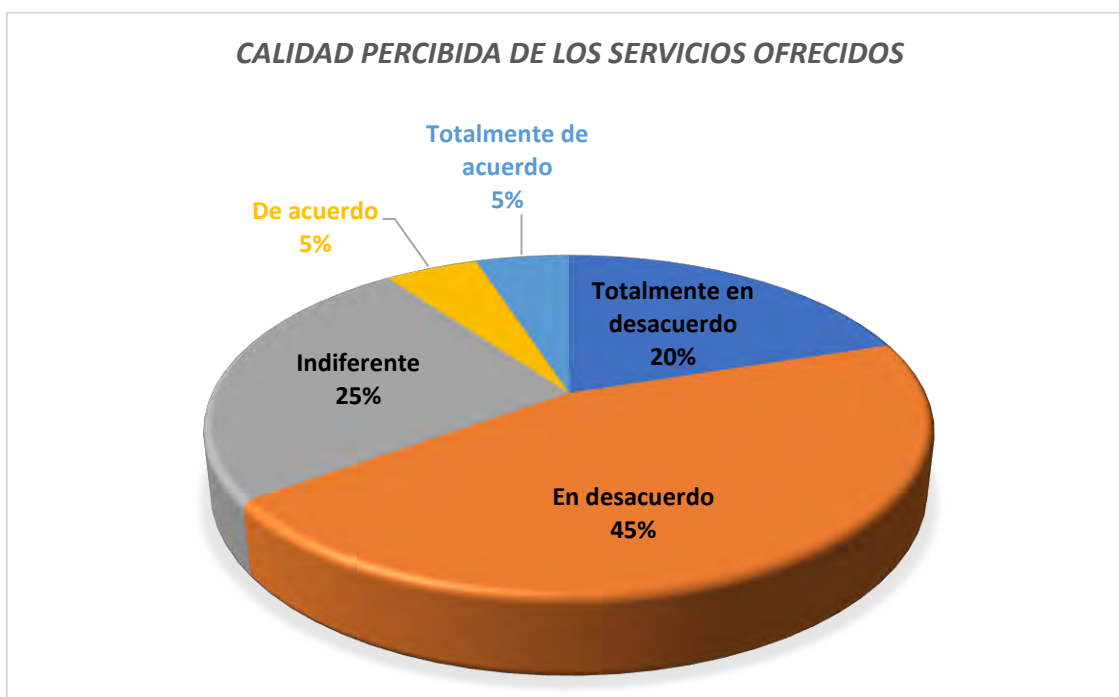
En este contexto, fortalecer la puesta en valor de la cultura local como eje diferenciador del destino permitirá consolidar ventajas competitivas sostenibles, promoviendo un turismo más auténtico, inclusivo y alineado con el desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 7. Desde la gestión pública, se considera que la calidad de los servicios turísticos del distrito cumple con las expectativas de los visitantes.**

**Tabla 26.** *Calidad percibida de los servicios ofrecidos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	20.0	20.0	20.0
En desacuerdo	9	45.0	45.0	65.0
Indiferente	5	25.0	25.0	90.0
Válido De acuerdo	1	5.0	5.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

**Figura 8.** *Calidad percibida de los servicios ofrecidos*



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 26 y la Figura 8 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la calidad de los servicios turísticos del distrito y su

cumplimiento de las expectativas de los visitantes. Los datos evidencian que el 65,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (45,0 %) y totalmente en desacuerdo (20,0 %).

Asimismo, el 25,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que solo el 10,0 % restante presenta una percepción favorable, al situarse en de acuerdo (5,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %). Esta distribución muestra una clara predominancia de respuestas negativas frente a las positivas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, la calidad de los servicios turísticos del distrito no es percibida como plenamente satisfactoria ni alineada con las expectativas de los visitantes. La alta concentración de respuestas en las categorías de desacuerdo refleja debilidades en la prestación de servicios, estándares de atención o gestión de la experiencia turística.

El porcentaje considerable de respuestas indiferentes sugiere que, aunque existe una percepción crítica predominante, también hay una parte de los funcionarios que no identifica con claridad el nivel real de satisfacción del turista, lo que podría estar asociado a la falta de sistemas formales de evaluación o retroalimentación.

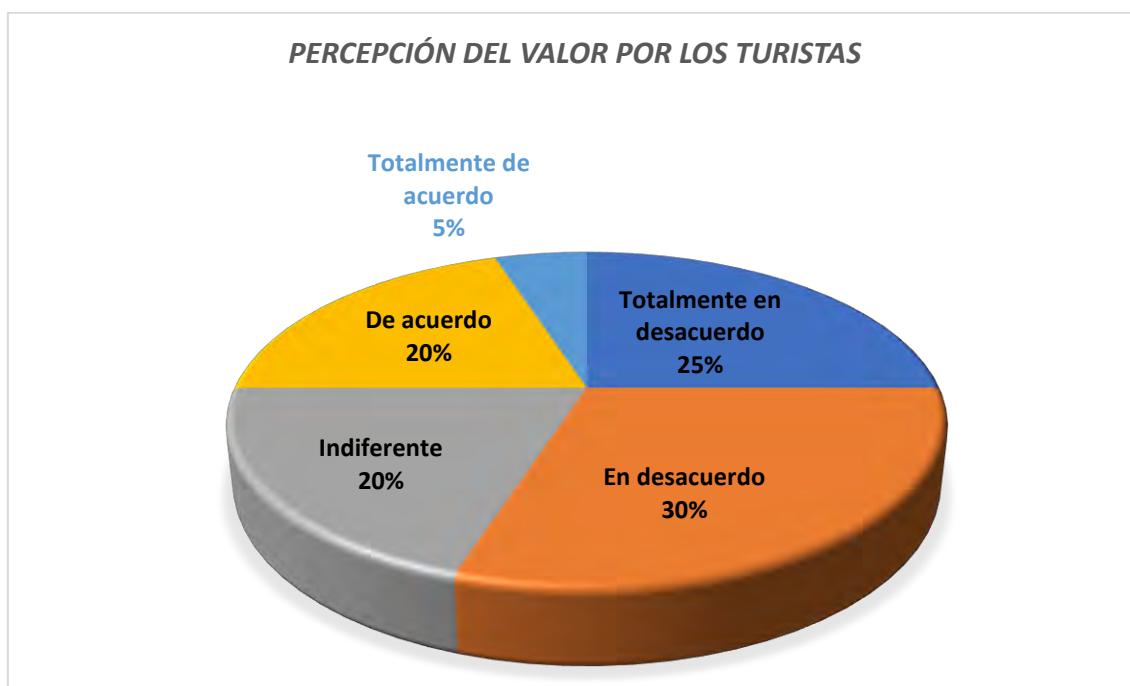
En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer los mecanismos de control de calidad, capacitación del personal y mejora continua en la prestación de servicios turísticos, con el fin de elevar la competitividad del destino y contribuir de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 8. Desde el ámbito institucional, se percibe que los servicios turísticos del distrito presentan una adecuada relación calidad–precio.**

*Tabla 27. Percepción del valor por los visitantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	6	30.0	30.0	55.0
Indiferente	4	20.0	20.0	75.0
Válido De acuerdo	4	20.0	20.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 9. Percepción del valor por los visitantes*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 27 y la Figura 9 presentan la percepción institucional respecto a la relación calidad - precio de los servicios turísticos del distrito. Los resultados evidencian

que el 55,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre totalmente en desacuerdo (25,0 %) y en desacuerdo (30,0 %).

Por otro lado, el 25,0 % expresa una percepción favorable, al ubicarse en de acuerdo (20,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %), mientras que el 20,0 % se mantiene en una posición indiferente. Esta distribución muestra una predominancia de opiniones negativas frente a las positivas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, no existe una percepción mayoritariamente positiva sobre la relación calidad-precio de los servicios turísticos del distrito. La elevada proporción de respuestas en desacuerdo sugiere que se identifican posibles deficiencias en la calidad del servicio ofrecido en relación con los costos asumidos por los visitantes.

El porcentaje de respuestas indiferentes podría reflejar que, si bien algunos servicios cumplen estándares aceptables, la percepción general no es homogénea, lo que indica variabilidad en la experiencia turística. Asimismo, el grupo que manifiesta acuerdo representa una minoría, lo que evidencia oportunidades de mejora en la propuesta de valor del destino.

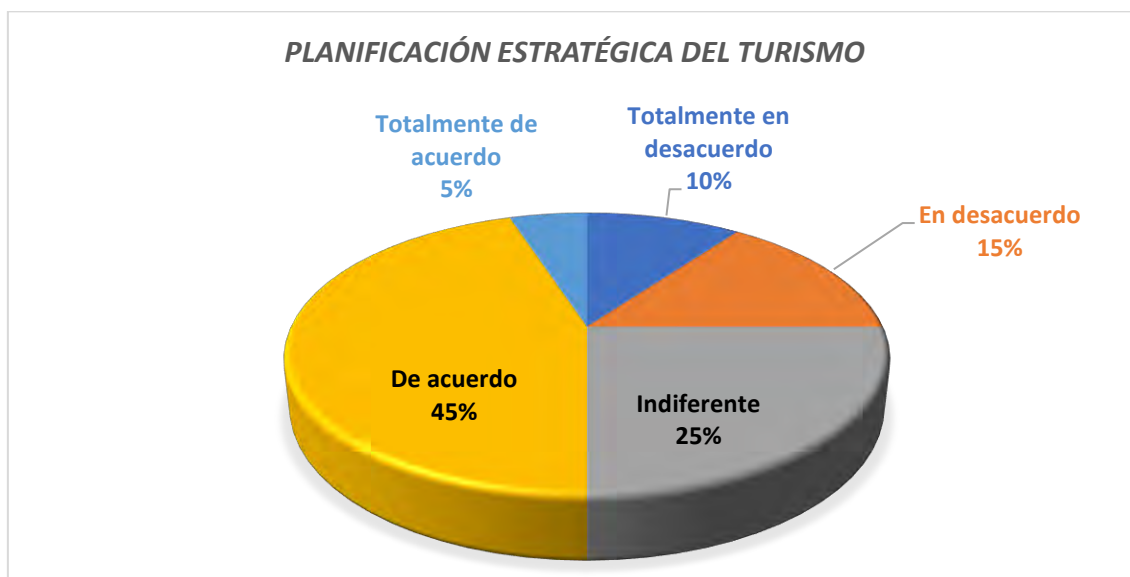
En este contexto, resulta fundamental fortalecer los estándares de calidad, mejorar la atención al cliente y optimizar la estructura de precios, a fin de garantizar una percepción más favorable del valor ofrecido y consolidar la competitividad turística del distrito.

**Pregunta 9. Desde la gestión pública, se considera que las actividades turísticas del distrito se desarrollan conforme a un plan estratégico orientado al crecimiento sostenible.**

**Tabla 28.** Planificación estratégica del turismo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	3	15.0	15.0	25.0
Indiferente	5	25.0	25.0	50.0
Válido De acuerdo	9	45.0	45.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

**Figura 10.** Planificación estratégica del turismo



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 28 y la Figura 10 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la planificación estratégica de las actividades turísticas

orientadas al crecimiento sostenible del distrito. Los datos muestran que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (45,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %).

Asimismo, el 25,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 25,0 % restante presenta una percepción desfavorable, al situarse en en desacuerdo (15,0 %) y totalmente en desacuerdo (10,0 %). Esta distribución evidencia una tendencia mayoritariamente favorable, aunque con una presencia significativa de posturas neutrales y críticas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, existe una percepción predominantemente positiva respecto a la existencia de una planificación estratégica que orienta el desarrollo turístico hacia el crecimiento sostenible. La mayoría de respuestas favorables sugiere que las actividades turísticas se estarían desarrollando bajo lineamientos formales y con una visión de mediano o largo plazo.

No obstante, el porcentaje considerable de respuestas indiferentes indica que no todos los funcionarios perciben con claridad la aplicación o efectividad de dicho plan estratégico, lo que podría estar vinculado a limitaciones en la socialización, seguimiento o evaluación de las políticas implementadas.

En este contexto, aunque se reconoce la existencia de planificación, resulta necesario fortalecer los mecanismos de implementación, monitoreo y comunicación de las estrategias turísticas, asegurando que el crecimiento del sector se consolide bajo criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental en el distrito.

**Pregunta 10. Desde las instituciones públicas, se promueve la articulación interinstitucional para el desarrollo de proyectos turísticos.**

*Tabla 29. Coordinación interinstitucional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	5.0	5.0	5.0
En desacuerdo	2	10.0	10.0	15.0
Indiferente	2	10.0	10.0	25.0
Válido De acuerdo	10	50.0	50.0	75.0
Totalmente de acuerdo	5	25.0	25.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 11. Coordinación interinstitucional*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### *Descripción de los resultados*

En la Tabla 29 y la Figura 11 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la articulación interinstitucional para el desarrollo de

proyectos turísticos en el distrito. Los datos evidencian que el 75,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (50,0 %) y totalmente de acuerdo (25,0 %).

Asimismo, el 10,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 15,0 % restante presenta una percepción desfavorable, al situarse en en desacuerdo (10,0 %) y totalmente en desacuerdo (5,0 %). Esta distribución muestra una clara predominancia de respuestas positivas frente a las negativas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde las instituciones públicas, la articulación interinstitucional es percibida como una práctica consolidada en el desarrollo de proyectos turísticos. La amplia mayoría de respuestas favorables indica que existe coordinación y trabajo conjunto entre diferentes entidades para impulsar iniciativas orientadas al fortalecimiento del sector.

El reducido porcentaje de respuestas desfavorables y neutrales sugiere que, aunque pueden existir ciertas limitaciones, estas no representan una percepción predominante. En general, se reconoce la importancia del trabajo articulado como mecanismo para optimizar recursos, evitar duplicidad de esfuerzos y generar mayor impacto en las intervenciones turísticas.

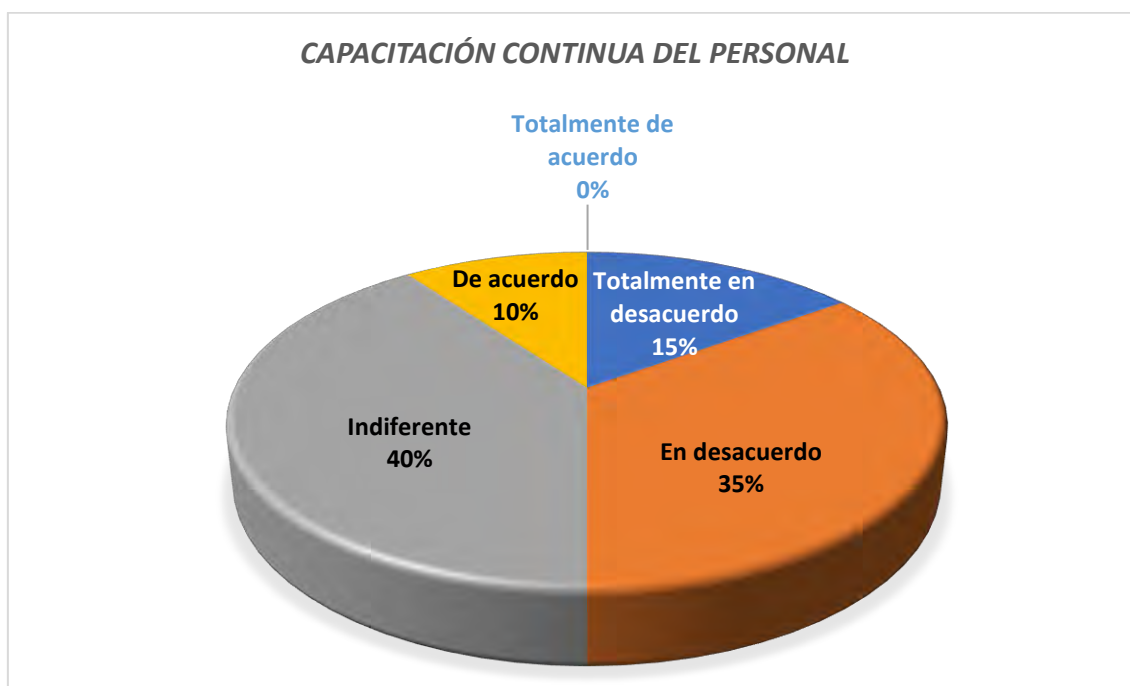
En este contexto, la coordinación interinstitucional se configura como un componente estratégico clave dentro de las estrategias competitivas, contribuyendo al fortalecimiento del sector turístico y al impulso del desarrollo socioeconómico sostenible del distrito.

**Pregunta 11. Desde la gestión pública, se promueve la capacitación continua del personal vinculado a la actividad turística.**

*Tabla 30. Capacitación continua del personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	15.0	15.0	15.0
En desacuerdo	7	35.0	35.0	50.0
Indiferente	8	40.0	40.0	90.0
Válido De acuerdo	2	10.0	10.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 12. Capacitación continua del personal*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### *Descripción de los resultados*

En la Tabla 30 y la Figura 12 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la promoción de la capacitación continua del personal

vinculado a la actividad turística. Los datos evidencian que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (35,0 %) y totalmente en desacuerdo (15,0 %).

Asimismo, el 40,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que solo el 10,0 % restante presenta una percepción favorable al situarse en de acuerdo (10,0 %), no registrándose respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. Esta distribución muestra una clara predominancia de posturas negativas y neutrales frente a las positivas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, la capacitación continua del personal vinculado al sector turístico no es percibida como una práctica consolidada o sistemáticamente promovida. La alta proporción de respuestas en desacuerdo refleja debilidades en la implementación de programas formativos orientados al fortalecimiento de competencias y habilidades del recurso humano.

El significativo porcentaje de respuestas indiferentes sugiere que no existe una percepción clara sobre la existencia o efectividad de estas acciones de capacitación, lo que podría estar asociado a la falta de continuidad, planificación estructurada o evaluación de los programas desarrollados.

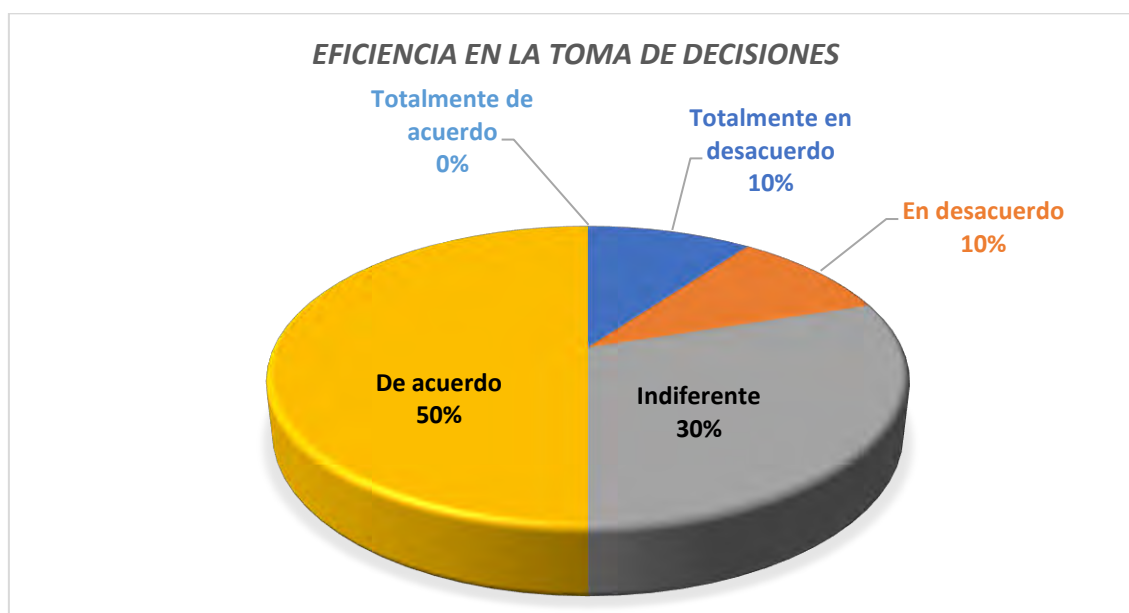
En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer políticas de formación permanente que permitan mejorar la calidad del servicio, elevar los estándares de atención y consolidar la competitividad del destino, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito.

**Pregunta 12. Desde el ámbito institucional, se considera que las decisiones relacionadas con el turismo se toman oportunamente para responder a los desafíos del sector.**

**Tabla 31. Eficiencia en la toma de decisiones**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	2	10.0	10.0	20.0
Indiferente	6	30.0	30.0	50.0
Válido De acuerdo	10	50.0	50.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

**Figura 13. Eficiencia en la toma de decisiones**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 31 y la Figura 13 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la oportunidad en la toma de decisiones vinculadas al

sector turístico. Los datos evidencian que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, al ubicarse en la categoría de acuerdo.

Asimismo, el 30,0 % se sitúa en la categoría indiferente, mientras que el 20,0 % restante presenta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (10,0 %) y totalmente en desacuerdo (10,0 %). No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. Esta distribución muestra una tendencia mayoritariamente favorable, aunque con una presencia importante de posturas neutrales.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, existe una percepción relativamente positiva respecto a la oportunidad en la toma de decisiones relacionadas con el turismo. La mitad de los encuestados considera que las decisiones se adoptan de manera adecuada para enfrentar los desafíos del sector, lo que sugiere cierto nivel de capacidad de respuesta en la gestión pública.

No obstante, el porcentaje significativo de respuestas indiferentes indica que no todos los funcionarios perciben con claridad la eficiencia en los procesos decisionales, lo que podría estar asociado a demoras administrativas, limitaciones en la coordinación o falta de información oportuna para la toma de decisiones estratégicas.

En este contexto, si bien se reconoce un desempeño favorable en términos generales, resulta necesario fortalecer los mecanismos de planificación, coordinación y evaluación de decisiones, a fin de asegurar respuestas más ágiles y estratégicas que contribuyan al fortalecimiento competitivo y al desarrollo sostenible del sector turístico del distrito.

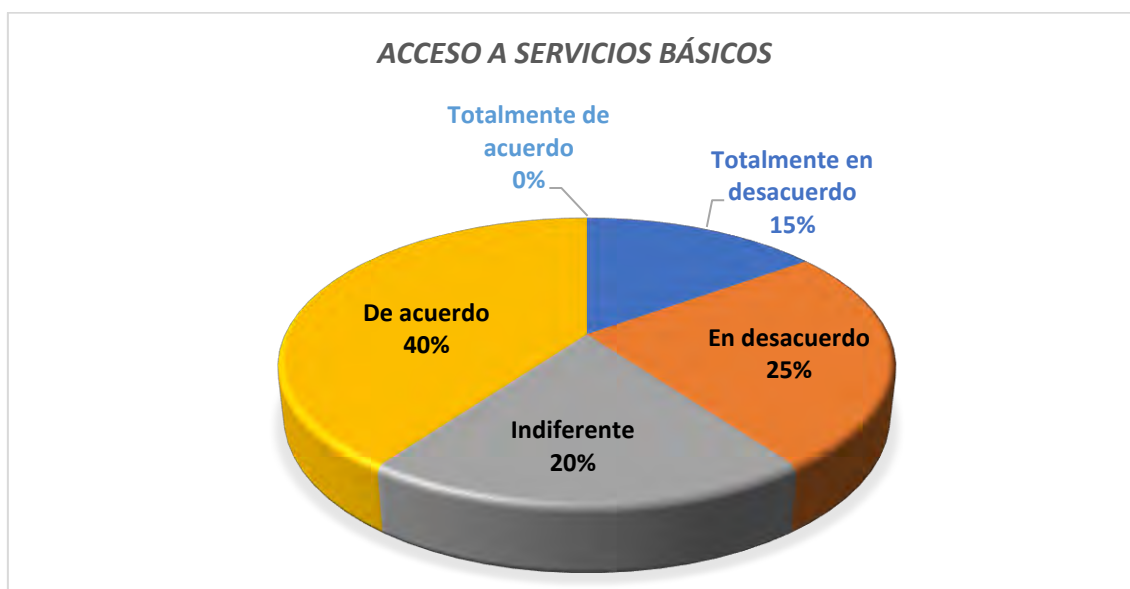
### B. Desarrollo Socioeconómico

**Pregunta 13. Desde la gestión pública, se considera que el distrito cuenta con servicios básicos adecuados para el desarrollo de la actividad turística.**

*Tabla 32. Acceso a servicios básicos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	15.0	15.0	15.0
En desacuerdo	5	25.0	25.0	40.0
Indiferente	4	20.0	20.0	60.0
Válido De acuerdo	8	40.0	40.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 14. Acceso a servicios básicos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 32 y la Figura 14 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre la disponibilidad de servicios básicos adecuados para el

desarrollo de la actividad turística en el distrito. Los datos evidencian que el 40,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, al ubicarse en la categoría de acuerdo.

Asimismo, el 40,0 % presenta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (25,0 %) y totalmente en desacuerdo (15,0 %), mientras que el 20,0 % se sitúa en la categoría indiferente. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. Esta distribución refleja una valoración dividida respecto a la suficiencia de los servicios básicos.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que no existe una percepción plenamente consolidada sobre la adecuación de los servicios básicos para el desarrollo turístico del distrito. La igualdad porcentual entre percepciones favorables y desfavorables evidencia opiniones divididas respecto a la infraestructura y condiciones básicas necesarias para impulsar la actividad turística.

El porcentaje significativo de respuestas en desacuerdo sugiere que persisten limitaciones en aspectos como agua potable, saneamiento, energía, vías de acceso u otros servicios esenciales que inciden directamente en la experiencia del visitante y en la operatividad del sector.

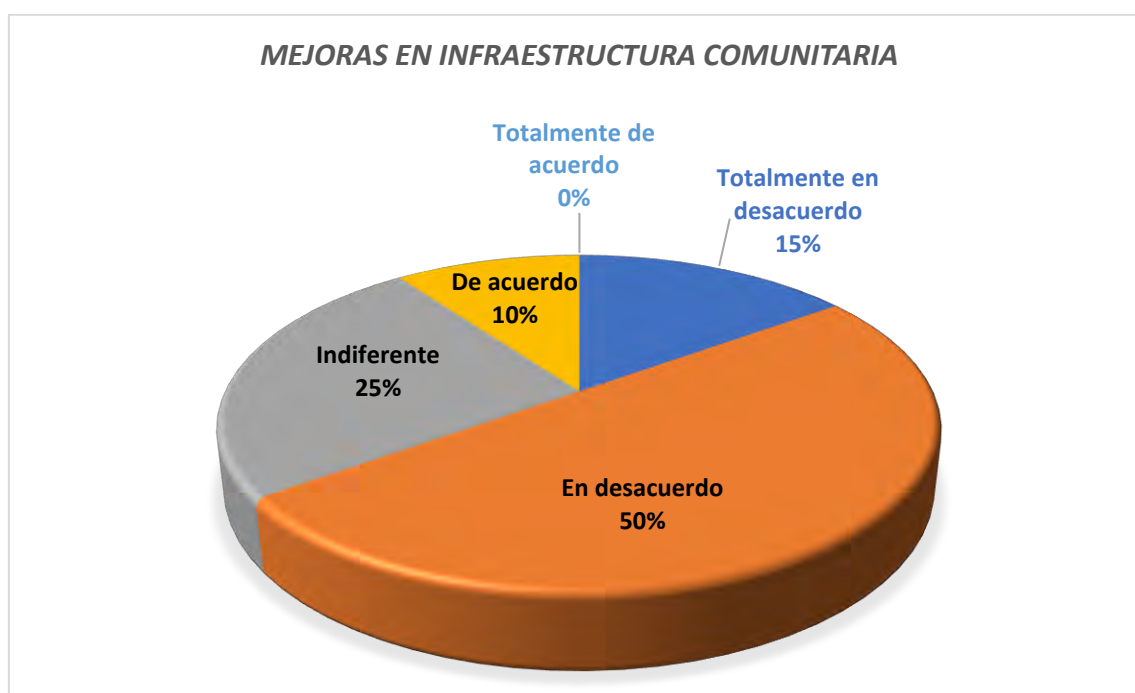
En este contexto, se hace necesario fortalecer la inversión en infraestructura y mejorar la cobertura y calidad de los servicios básicos, ya que estos constituyen un pilar fundamental para consolidar el desarrollo socioeconómico y garantizar la sostenibilidad de la actividad turística en el distrito.

**Pregunta 14. Desde el ámbito institucional, se percibe que la infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en el distrito.**

*Tabla 33. Mejoras en infraestructura comunitaria*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	15.0	15.0	15.0
En desacuerdo	10	50.0	50.0	65.0
Indiferente	5	25.0	25.0	90.0
Válido De acuerdo	2	10.0	10.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 15. Mejoras en infraestructura comunitaria*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### *Descripción de los resultados*

La Tabla 33 y la Figura 15 presentan la percepción institucional sobre la contribución de la infraestructura comunitaria al desarrollo del turismo en el distrito. Los

resultados muestran que el 65,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (50,0 %) y totalmente en desacuerdo (15,0 %).

Asimismo, el 25,0 % se ubica en la categoría indiferente, mientras que únicamente el 10,0 % expresa una percepción favorable (de acuerdo), no registrándose respuestas en la opción totalmente de acuerdo. Esta distribución evidencia una clara predominancia de opiniones negativas frente a las positivas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, existe una percepción mayoritariamente crítica respecto al impacto de la infraestructura comunitaria en el desarrollo turístico del distrito. La elevada proporción de respuestas en desacuerdo sugiere que las mejoras en infraestructura no son consideradas suficientes o estratégicamente orientadas para fortalecer la actividad turística.

El porcentaje significativo de respuestas indiferentes podría indicar que, si bien existen avances en infraestructura, estos no son percibidos como determinantes en el crecimiento del sector o no benefician de manera uniforme a todos los actores turísticos.

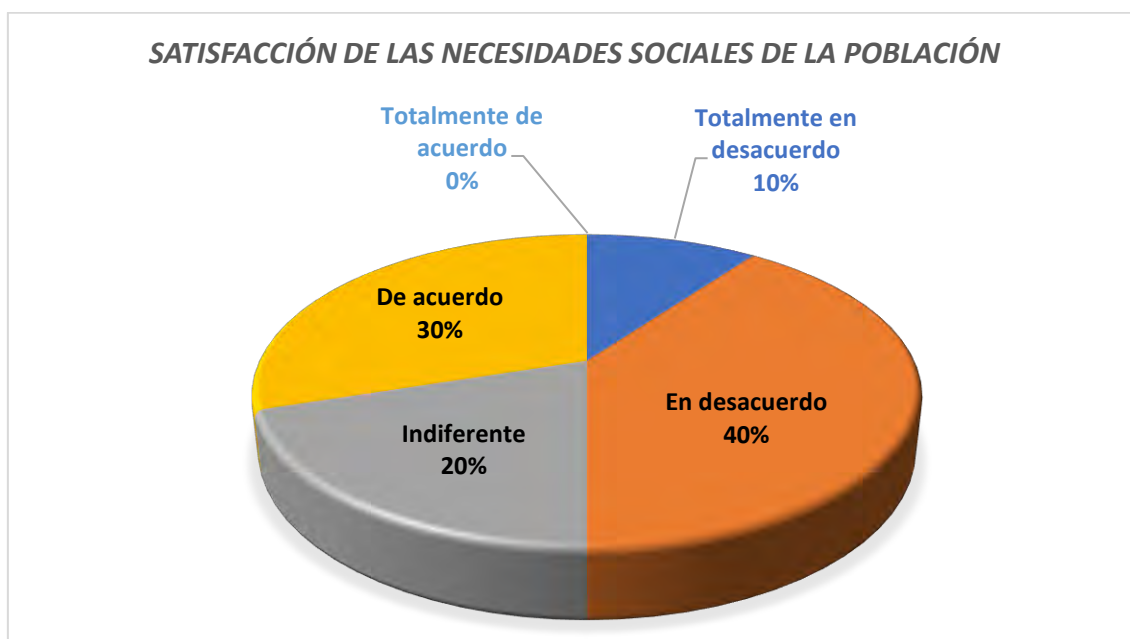
En este contexto, se hace necesario fortalecer la inversión en infraestructura comunitaria con enfoque turístico, priorizando proyectos que mejoren accesibilidad, servicios públicos, señalización y espacios públicos, con el fin de generar un impacto más visible y sostenible en el desarrollo del turismo local.

**Pregunta 15. Desde la gestión pública, se considera que el desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población local.**

*Tabla 34. Satisfacción de las necesidades sociales de la población*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	8	40.0	40.0	50.0
Indiferente	4	20.0	20.0	70.0
Válido De acuerdo	6	30.0	30.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 16. Satisfacción de las necesidades sociales de la población*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 34 y la Figura 16 se muestran los resultados referidos a la percepción de los funcionarios públicos sobre si el desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la

calidad de vida de la población local. Los datos indican que una mayoría del 65,0 % presenta una valoración negativa, concentrándose en las categorías totalmente en desacuerdo (15,0 %) y en desacuerdo (50,0 %).

Asimismo, un 25,0 % de los encuestados se mantiene indiferente, lo que evidencia una percepción neutral respecto al impacto del turismo en la satisfacción de las necesidades sociales. Por otro lado, solo un 10,0 % manifiesta estar de acuerdo con que el turismo haya contribuido a mejorar la calidad de vida de la población, sin registrarse respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, no se percibe de manera mayoritaria que el turismo haya generado mejoras significativas en la calidad de vida de la población local. La mitad de los encuestados considera que el impacto social del turismo es limitado, lo que sugiere que los beneficios económicos y sociales no estarían alcanzando de forma amplia a la comunidad.

El porcentaje de respuestas indiferentes podría indicar incertidumbre respecto a los efectos reales del turismo en la satisfacción de las necesidades sociales, o bien una percepción de que los avances han sido parciales y no completamente consolidados.

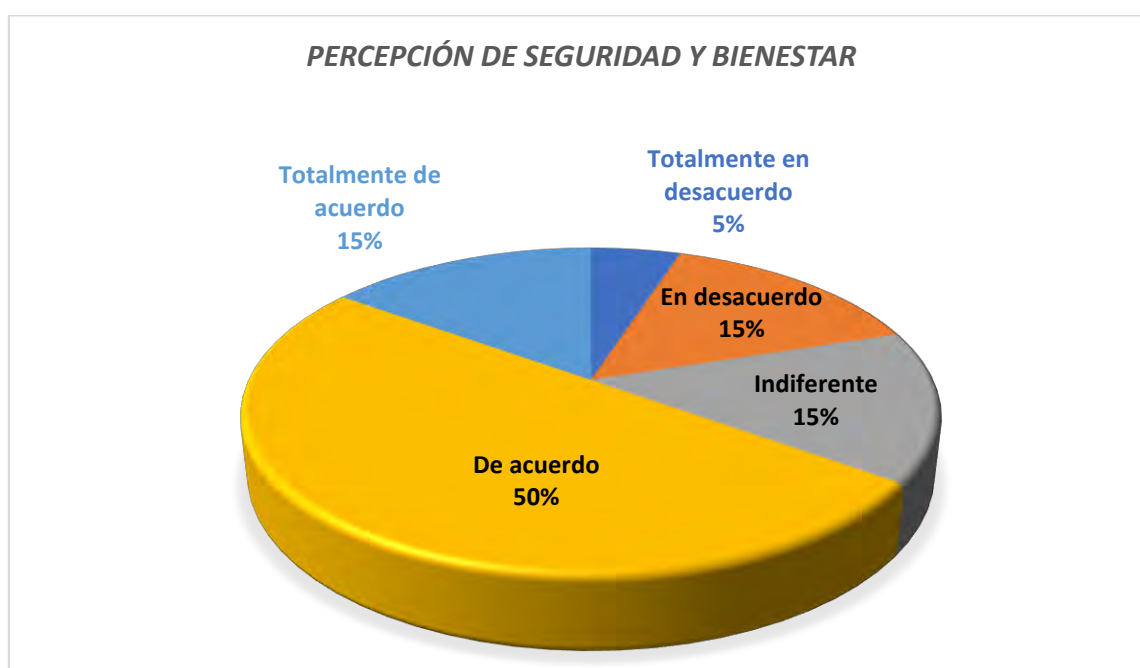
En este contexto, se hace necesario fortalecer políticas públicas orientadas a la inclusión social y la distribución equitativa de los beneficios del turismo, promoviendo empleo local, emprendimientos comunitarios y programas de desarrollo que permitan convertir al turismo en un verdadero motor de mejora en la calidad de vida del distrito.

**Pregunta 16. Desde el ámbito institucional, se percibe que el distrito ofrece condiciones de seguridad y confort para los visitantes.**

*Tabla 35. Percepción de seguridad y bienestar*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	5.0	5.0	5.0
En desacuerdo	3	15.0	15.0	20.0
Indiferente	3	15.0	15.0	35.0
Válido De acuerdo	10	50.0	50.0	85.0
Totalmente de acuerdo	3	15.0	15.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 17. Percepción de seguridad y bienestar*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 35 y la Figura 17 se presentan los resultados relacionados con la percepción institucional sobre las condiciones de seguridad y confort que ofrece el distrito

de Ccorcca para los visitantes. Los datos muestran una valoración mayoritariamente positiva, ya que el 65,0 % de los funcionarios públicos se concentra en las categorías de acuerdo (50,0 %) y totalmente de acuerdo (15,0 %).

Por otro lado, un 15,0 % de los encuestados se muestra indiferente, mientras que un 20,0 % expresa una percepción negativa, distribuida entre totalmente en desacuerdo (5,0 %) y en desacuerdo (15,0 %).

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde el ámbito institucional, existe una percepción mayoritariamente favorable respecto a las condiciones de seguridad y confort que ofrece el distrito de Ccorcca para los visitantes. La predominancia de respuestas positivas, representadas por el 65,0 % de los funcionarios que se ubican en las categorías de acuerdo (50,0 %) y totalmente de acuerdo (15,0 %), evidencia que las autoridades reconocen la existencia de condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad turística.

No obstante, la presencia de respuestas indiferentes (15,0 %) y desfavorables (20,0 %) pone de manifiesto que no existe una percepción plenamente homogénea entre los funcionarios públicos. Esta situación podría estar asociada a limitaciones en la cobertura de los servicios de seguridad, diferencias en la gestión institucional o a la necesidad de fortalecer ciertos aspectos relacionados con el confort y la atención al visitante en determinados espacios del distrito.

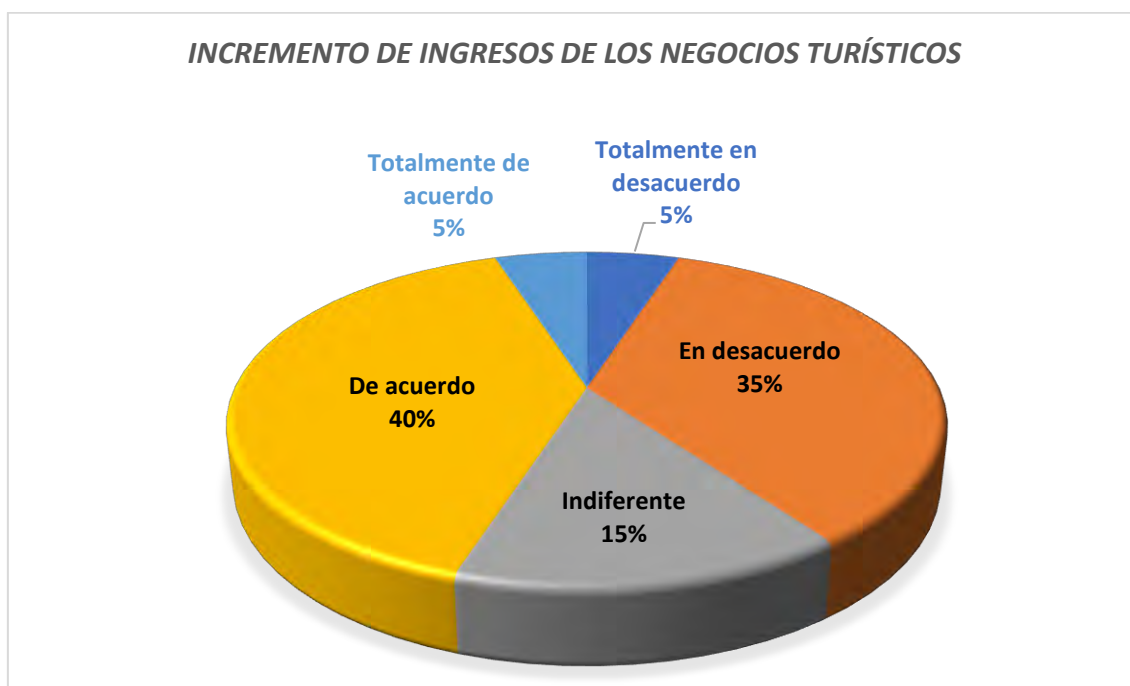
En este contexto, los resultados resaltan la necesidad de consolidar y fortalecer las estrategias institucionales orientadas a mejorar las condiciones de seguridad y bienestar para los visitantes. El reforzamiento de estas acciones permitirá no solo garantizar una experiencia turística más segura y confortable, sino también mejorar la competitividad del destino y contribuir al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 17. Desde la gestión pública, se percibe que las estrategias competitivas han contribuido al incremento de los ingresos económicos del sector turístico local.**

*Tabla 36. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	5.0	5.0	5.0
En desacuerdo	7	35.0	35.0	40.0
Indiferente	3	15.0	15.0	55.0
Válido De acuerdo	8	40.0	40.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 18. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 36 y la Figura 18 presentan la percepción desde la gestión pública sobre si las estrategias competitivas han contribuido al incremento de los ingresos económicos

del sector turístico local. Los resultados evidencian que el 45,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (40,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %).

Por otro lado, el 40,0 % expresa una percepción desfavorable, al ubicarse en en desacuerdo (35,0 %) y totalmente en desacuerdo (5,0 %), mientras que el 15,0 % se mantiene en la categoría indiferente. Esta distribución muestra una ligera predominancia de opiniones positivas frente a las negativas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que existe una percepción moderadamente favorable respecto al impacto de las estrategias competitivas en el incremento de los ingresos del sector turístico local. Aunque la proporción de respuestas positivas supera ligeramente a las negativas, la diferencia no es amplia, lo que evidencia que los efectos económicos de dichas estrategias no son percibidos de manera contundente por todos los actores.

La presencia significativa de respuestas en desacuerdo sugiere que los beneficios económicos podrían no estar distribuyéndose de manera uniforme o que las estrategias implementadas aún no generan resultados sostenidos en el tiempo. Asimismo, el porcentaje de respuestas indiferentes podría reflejar falta de información clara sobre el desempeño económico del sector.

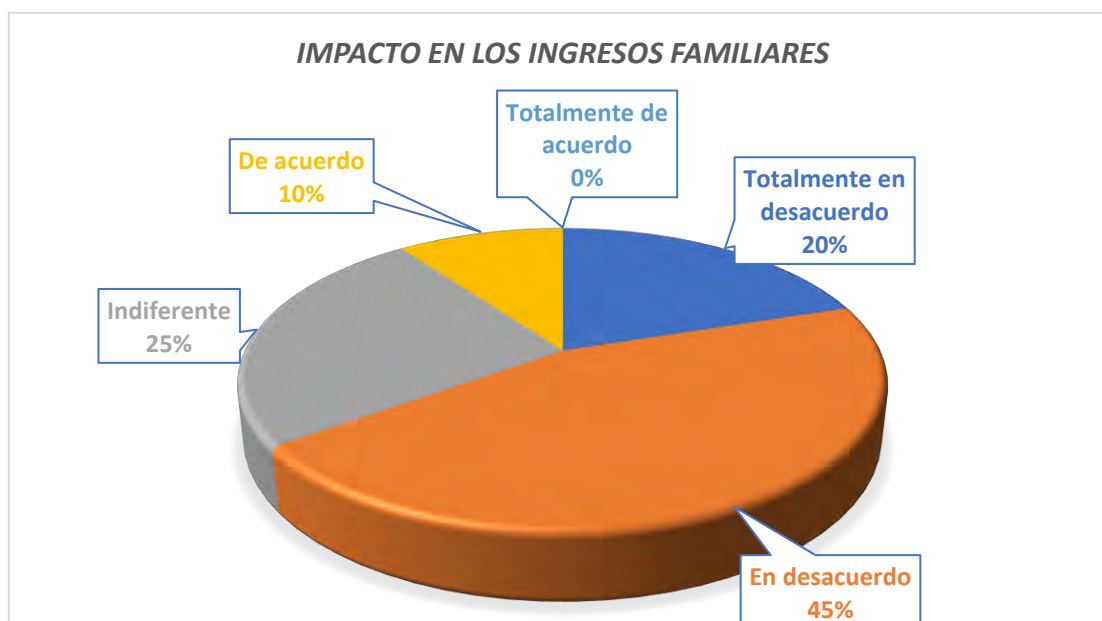
En este contexto, se hace necesario fortalecer los mecanismos de evaluación y seguimiento de las estrategias competitivas, asegurando que estas se traduzcan en incrementos reales y medibles en los ingresos de los negocios turísticos, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 18. Desde el ámbito institucional, se considera que el turismo constituye una fuente importante de ingresos para la población del distrito.**

*Tabla 37. Impacto en los ingresos familiares*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	20.0	20.0	20.0
En desacuerdo	9	45.0	45.0	65.0
Indiferente	5	25.0	25.0	90.0
Válido De acuerdo	2	10.0	10.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 19. Impacto en los ingresos familiares*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 37 y la Figura 19 se presentan los resultados sobre la percepción institucional respecto a si el turismo constituye una fuente importante de ingresos para la

población del distrito de Ccorcca. Los datos evidencian que un 65,0 % de los funcionarios públicos manifiesta una percepción negativa, ubicándose en las categorías totalmente en desacuerdo (20,0 %) y en desacuerdo (45,0 %).

Asimismo, un 25,0 % de los encuestados se muestra indiferente, lo que refleja una percepción neutral sobre el impacto del turismo en los ingresos familiares. En contraste, solo un 10,0 % considera que el turismo sí representa una fuente importante de ingresos para la población local, al ubicarse en la categoría de acuerdo, sin registrarse respuestas en totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, el turismo no es percibido mayoritariamente como una fuente significativa de ingresos para la población del distrito. La elevada proporción de respuestas en desacuerdo sugiere que los beneficios económicos del sector no estarían impactando de manera amplia o equitativa en los hogares locales.

El porcentaje considerable de respuestas indiferentes podría reflejar incertidumbre sobre el alcance real de los ingresos generados por el turismo o una percepción de que estos beneficios se concentran en determinados actores económicos y no en la comunidad en general.

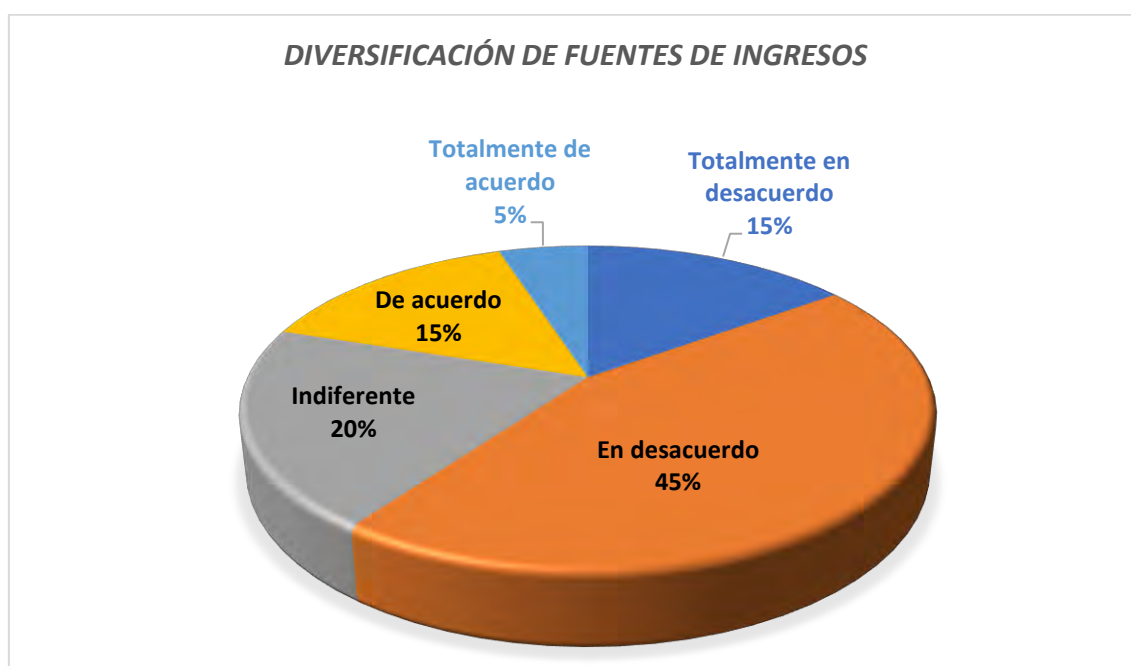
En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer políticas orientadas a la inclusión económica y al encadenamiento productivo local, promoviendo mayores oportunidades de empleo y emprendimiento para la población, de modo que el turismo pueda consolidarse como un verdadero motor de desarrollo socioeconómico en el distrito.

**Pregunta 19. Desde la gestión pública, se percibe que la diversificación de los servicios turísticos ha contribuido a la estabilidad económica del sector.**

*Tabla 38. Diversificación de fuentes de ingresos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	15.0	15.0	15.0
En desacuerdo	9	45.0	45.0	60.0
Indiferente	4	20.0	20.0	80.0
Válido De acuerdo	3	15.0	15.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 20. Diversificación de fuentes de ingresos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 38 y la Figura 20 presentan la percepción desde la gestión pública respecto a si la diversificación de los servicios turísticos ha contribuido a la estabilidad

económica del sector.

Los resultados evidencian que el 60,0 % de los encuestados mantiene una postura negativa, distribuida entre en desacuerdo (45,0 %) y totalmente en desacuerdo (15,0 %). Por otro lado, el 20,0 % se muestra indiferente, mientras que el 20,0 % expresa una percepción favorable, representada por de acuerdo (15,0 %) y totalmente de acuerdo (5,0 %).

Estos datos reflejan una predominancia de opiniones desfavorables frente a la contribución de la diversificación de servicios a la estabilidad económica del sector turístico.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, no se percibe de manera mayoritaria que la diversificación de los servicios turísticos esté generando una estabilidad económica sólida en el sector. La alta proporción de respuestas en desacuerdo sugiere que las estrategias implementadas podrían no estar logrando una ampliación efectiva de las fuentes de ingresos o que su impacto aún es limitado.

El porcentaje de respuestas indiferentes puede indicar incertidumbre sobre los efectos reales de la diversificación o una evaluación intermedia respecto a sus resultados. En tanto, el grupo minoritario que expresa acuerdo evidencia que, aunque existen avances, estos no son generalizados ni suficientemente consolidados.

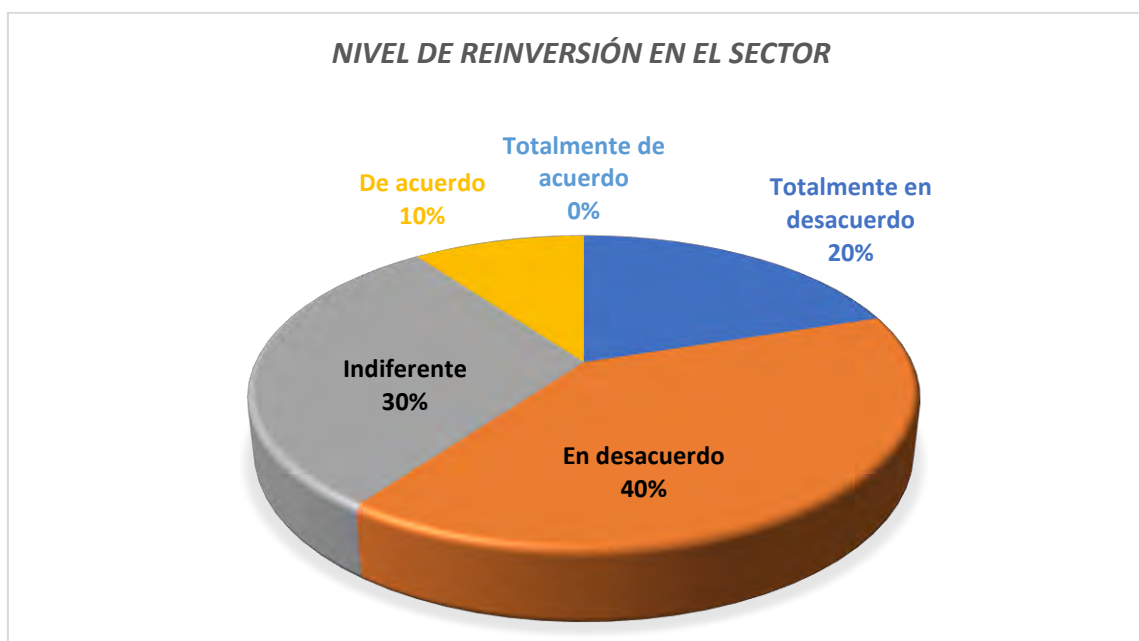
En consecuencia, se hace necesario fortalecer políticas públicas orientadas a la innovación, la ampliación de la oferta turística y la generación de nuevos productos y experiencias que permitan reducir la dependencia de servicios tradicionales, contribuyendo así a una mayor estabilidad económica y resiliencia del sector turístico local.

**Pregunta 20. Desde el ámbito institucional, se considera que la reinversión en infraestructura turística ha mejorado la competitividad del sector turístico local.**

*Tabla 39. Nivel de reinversión en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	20.0	20.0	20.0
En desacuerdo	8	40.0	40.0	60.0
Indiferente	6	30.0	30.0	90.0
Válido De acuerdo	2	10.0	10.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 21. Nivel de reinversión en el sector*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 39 y la Figura 21 presentan la percepción del ámbito institucional respecto a si la reinversión en infraestructura turística ha mejorado la competitividad del

sector turístico local.

Los resultados muestran que el 60,0 % de los encuestados mantiene una postura desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (40,0 %) y totalmente en desacuerdo (20,0 %). Asimismo, el 30,0 % se ubica en la categoría indiferente. En contraste, únicamente el 10,0 % considera que existe una mejora en la competitividad derivada de la reinversión en infraestructura (de acuerdo), sin registrarse respuestas en la opción totalmente de acuerdo.

Estos datos reflejan una clara predominancia de percepciones negativas frente a la efectividad de la reinversión en infraestructura turística.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten inferir que, desde el ámbito institucional, la reinversión en infraestructura turística no es percibida como un factor determinante en la mejora de la competitividad del sector local. La mayoría de respuestas en desacuerdo sugiere que las inversiones realizadas podrían ser insuficientes, inadecuadas o poco visibles en términos de impacto competitivo.

El porcentaje significativo de respuestas indiferentes podría evidenciar falta de información clara sobre los resultados de dichas inversiones o una percepción de impacto limitado.

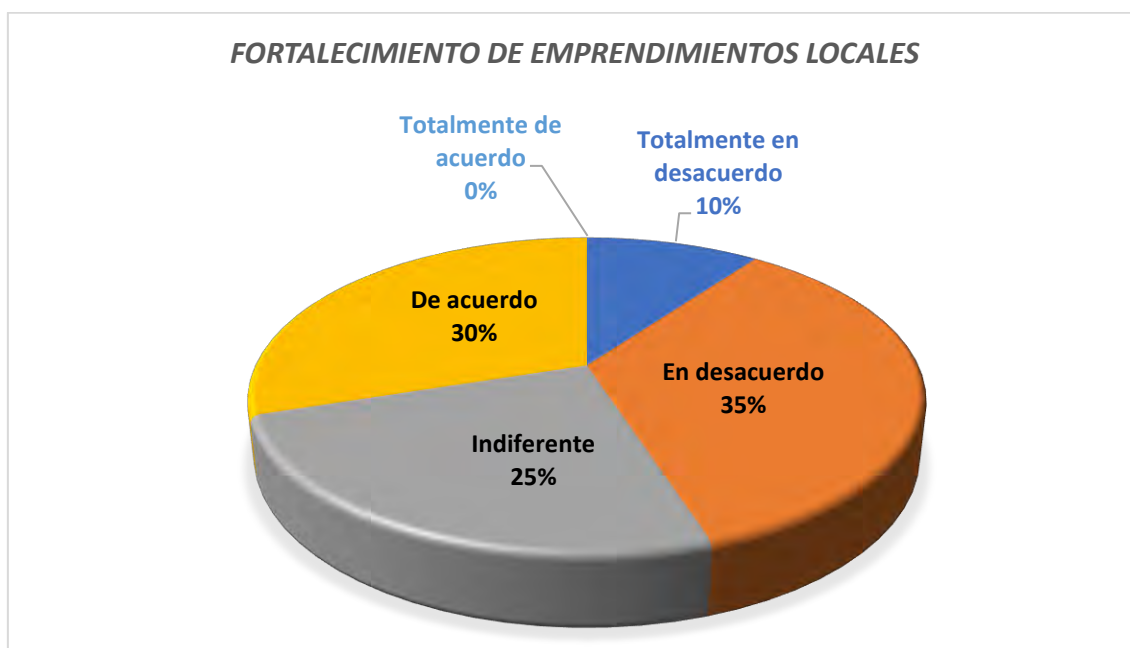
En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer los mecanismos de planificación, ejecución y evaluación de la inversión en infraestructura turística, asegurando que estas intervenciones respondan a las necesidades reales del sector y se traduzcan en mejoras tangibles en calidad, accesibilidad, innovación y posicionamiento competitivo del destino.

**Pregunta 21: Desde la gestión pública, se considera que los emprendimientos turísticos reciben apoyo técnico o financiero para mejorar su competitividad.**

*Tabla 40. Fortalecimiento de emprendimientos locales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	7	35.0	35.0	45.0
Indiferente	5	25.0	25.0	70.0
Válido De acuerdo	6	30.0	30.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 22. Fortalecimiento de emprendimientos locales*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 40 y la Figura 22 presentan la percepción desde la gestión pública respecto a si los emprendimientos turísticos reciben apoyo técnico o financiero para

mejorar su competitividad.

Los resultados indican que el 45,0 % de los encuestados manifiesta una postura desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (35,0 %) y totalmente en desacuerdo (10,0 %). Por otro lado, el 25,0 % se mantiene en una posición indiferente. En contraste, el 30,0 % considera que sí existe apoyo para el fortalecimiento de los emprendimientos (de acuerdo), sin registrarse respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

Estos datos muestran una ligera predominancia de percepciones negativas frente a las positivas, aunque con una presencia significativa de opiniones favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, no existe una percepción mayoritaria de que los emprendimientos turísticos estén recibiendo suficiente apoyo técnico o financiero para mejorar su competitividad. La proporción considerable de respuestas en desacuerdo sugiere posibles limitaciones en el acceso a programas de capacitación, financiamiento o asistencia técnica especializada.

Sin embargo, el porcentaje de respuestas favorables indica que sí existen iniciativas de apoyo, aunque estas podrían no ser percibidas como suficientes o no estar alcanzando a todos los emprendimientos del sector. Asimismo, el grupo de respuestas indiferentes podría reflejar desconocimiento sobre los programas disponibles o una evaluación intermedia respecto a su impacto.

En este sentido, se evidencia la necesidad de fortalecer y ampliar las estrategias de acompañamiento técnico y financiero, garantizando mayor cobertura, difusión y efectividad en la implementación de políticas orientadas al fortalecimiento competitivo de los emprendimientos turísticos locales.

**Pregunta 22. Desde el ámbito institucional, se percibe que la comunidad participa activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas.**

*Tabla 41. Integración de la comunidad en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	20.0	20.0	20.0
En desacuerdo	7	35.0	35.0	55.0
Indiferente	8	40.0	40.0	95.0
Válido De acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 23. Integración de la comunidad en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 41 y la Figura 23 se presentan los resultados sobre la percepción institucional respecto a la participación de la comunidad en la planificación y ejecución

de las actividades turísticas del distrito de Ccorcca. Los datos muestran que un 55,0 % de los funcionarios públicos expresa una percepción negativa, ubicándose en las categorías totalmente en desacuerdo (20,0 %) y en desacuerdo (35,0 %).

Asimismo, un 40,0 % de los encuestados se muestra indiferente, lo que evidencia una percepción neutral sobre el nivel de involucramiento comunitario en la actividad turística. En contraste, solo un 5,0 % considera que la comunidad participa activamente, al ubicarse en la categoría de acuerdo, sin registrarse respuestas en totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, no se percibe una participación activa y consolidada de la comunidad en la planificación y ejecución de actividades turísticas. La mayoría de respuestas en desacuerdo sugiere que los mecanismos de participación ciudadana podrían ser limitados, poco inclusivos o insuficientemente promovidos.

El alto porcentaje de respuestas indiferentes podría reflejar falta de información sobre los espacios de participación existentes o una percepción de participación parcial y poco visible.

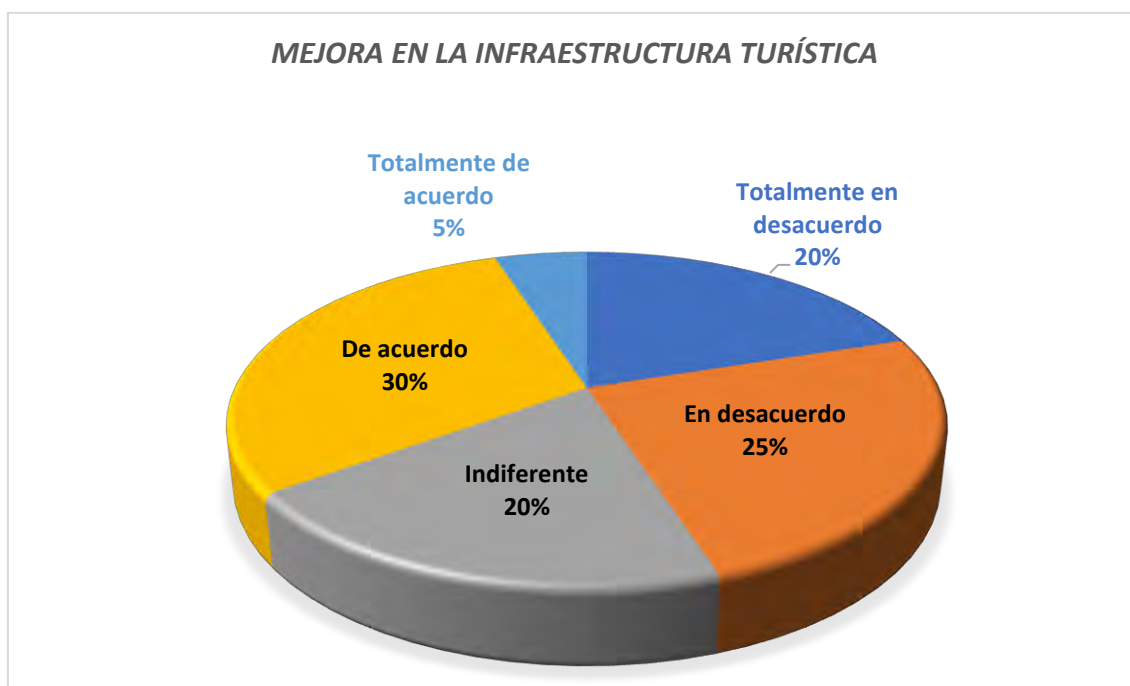
En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer estrategias de gobernanza participativa que promuevan la inclusión de la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con el desarrollo turístico. Una mayor integración comunitaria no solo contribuiría a la sostenibilidad del sector, sino también a una distribución más equitativa de los beneficios económicos y sociales derivados de la actividad turística.

**Pregunta 23. Desde la gestión pública, se considera que la infraestructura turística del distrito se adecua a las necesidades de los visitantes.**

*Tabla 42. Mejora en la infraestructura turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	20.0	20.0	20.0
En desacuerdo	5	25.0	25.0	45.0
Indiferente	4	20.0	20.0	65.0
Válido De acuerdo	6	30.0	30.0	95.0
Totalmente de acuerdo	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 24. Mejora en la infraestructura turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 42 y la Figura 24 presentan la percepción desde la gestión pública respecto a si la infraestructura turística del distrito se adecua a las necesidades de los

visitantes.

Los resultados muestran una distribución relativamente equilibrada. El 45,0 % de los encuestados expresa una postura desfavorable (en desacuerdo 25,0 % y totalmente en desacuerdo 20,0 %). Por otro lado, el 35,0 % manifiesta una percepción favorable (de acuerdo 30,0 % y totalmente de acuerdo 5,0 %). Asimismo, el 20,0 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian que, aunque existe un grupo importante que reconoce avances en infraestructura, todavía predomina ligeramente una percepción crítica.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la gestión pública, la adecuación de la infraestructura turística a las necesidades de los visitantes es percibida de manera heterogénea. La ligera predominancia de respuestas negativas sugiere que aún existen brechas en aspectos como accesibilidad, mantenimiento, modernización o capacidad de atención al flujo turístico.

Sin embargo, el porcentaje significativo de respuestas favorables indica que se reconocen mejoras o inversiones recientes que han contribuido a optimizar las condiciones del destino. La presencia de respuestas indiferentes podría reflejar percepciones intermedias o falta de información precisa sobre el estado real de la infraestructura.

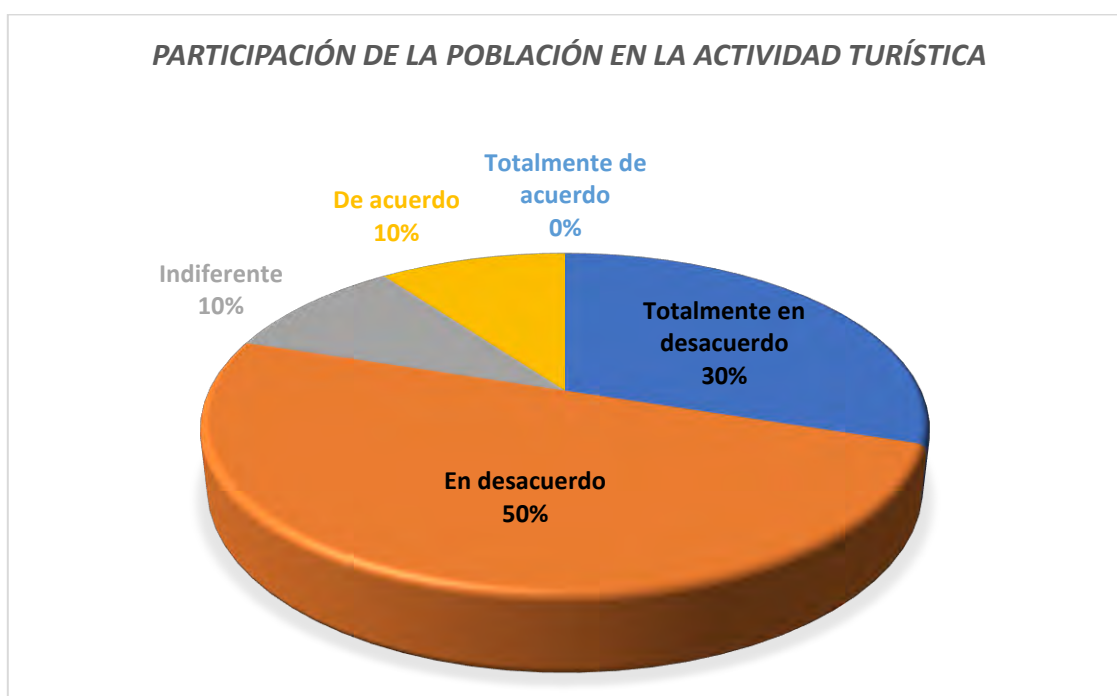
En consecuencia, se hace necesario fortalecer la planificación y evaluación continua de la infraestructura turística, priorizando intervenciones estratégicas que respondan a las demandas actuales de los visitantes y contribuyan al posicionamiento competitivo y sostenible del distrito.

**Pregunta 24. Desde el ámbito institucional, se percibe que el turismo incentiva el involucramiento de la población local en actividades económicas relacionadas.**

*Tabla 43. Participación de la población en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	30.0	30.0	30.0
En desacuerdo	10	50.0	50.0	80.0
Indiferente	2	10.0	10.0	90.0
Válido De acuerdo	2	10.0	10.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

*Figura 25. Participación de la población en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 43 y la Figura 25 se presentan los resultados sobre la percepción institucional respecto a si el turismo incentiva el involucramiento de la población local en

actividades económicas relacionadas. Los datos evidencian que una amplia mayoría (80,0 %) de los encuestados manifiesta una percepción negativa, concentrándose en las categorías totalmente en desacuerdo (30,0 %) y en desacuerdo (50,0 %).

Asimismo, un 10,0 % de los funcionarios se muestra indiferente, lo que refleja una percepción neutral frente al rol del turismo como dinamizador de la participación económica local. Por otro lado, solo un 10,0 % considera que el turismo sí incentiva el involucramiento de la población, al ubicarse en la categoría de acuerdo, sin registrarse respuestas en totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde el ámbito institucional, el turismo no está generando un involucramiento amplio y significativo de la población local en actividades económicas vinculadas al sector. La alta proporción de respuestas en desacuerdo sugiere que los beneficios económicos del turismo podrían estar concentrándose en un grupo reducido de actores, limitando la participación comunitaria.

El bajo porcentaje de respuestas favorables indica que, aunque existen oportunidades de integración económica, estas no son percibidas como suficientes ni generalizadas. Asimismo, el reducido nivel de indiferencia refleja que la mayoría de los encuestados tiene una postura definida frente a esta problemática.

En este contexto, se evidencia la necesidad de fortalecer estrategias de inclusión económica, promoviendo encadenamientos productivos, capacitación, acceso a financiamiento y generación de oportunidades para la población local. De esta manera, el turismo podría consolidarse como un verdadero motor de dinamización económica y desarrollo sostenible en el distrito.

#### 4.1.2.2 Análisis de resultados: Empresarios y prestadores de servicios.

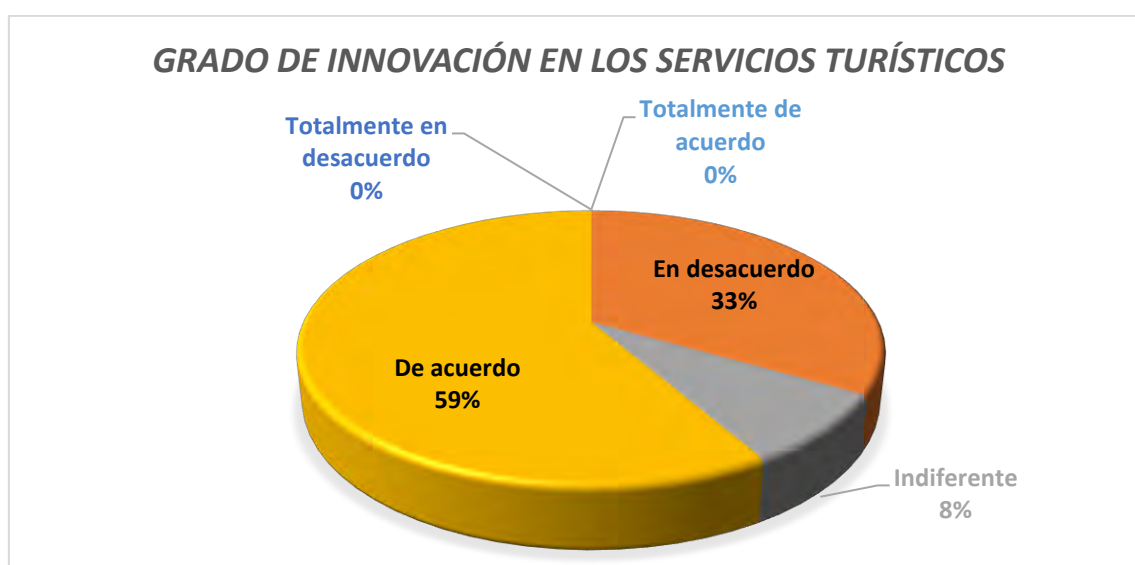
##### A. Estrategias Competitivas

**Pregunta 1: Desde la experiencia de los emprendedores turísticos, se percibe que la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca.**

**Tabla 44.** Grado de innovación en los servicios turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	4	33.3	33.3	33.3
Indiferente	1	8.3	8.3	41.7
Válido De acuerdo	7	58.3	58.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 26.** Grado de innovación en los servicios turísticos



**Fuente:** Base de datos SPSS

### ***Descripción de los resultados***

En la Tabla 44 y la Figura 26 se presentan los resultados sobre la percepción de los empresarios y prestadores de servicios turísticos respecto a si la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca. Los datos evidencian que el 58,3 % de los encuestados se muestra de acuerdo con la afirmación, constituyendo la categoría predominante. Asimismo, el 33,3 % manifiesta estar en desacuerdo, mientras que el 8,3 % se mantiene en una posición indiferente. No se registran respuestas en las categorías totalmente en desacuerdo ni totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendedores turísticos, la innovación en los servicios constituye un factor relevante para dinamizar la llegada de visitantes al distrito. La mayoría de respuestas favorables sugiere que las mejoras en la oferta, la diversificación de experiencias o la incorporación de nuevas propuestas han tenido un efecto positivo en la atracción de visitantes.

No obstante, el porcentaje significativo de respuestas en desacuerdo indica que no todos los empresarios perciben el mismo impacto, lo que podría estar relacionado con diferencias en el tipo de servicio ofrecido, el nivel de inversión en innovación o la capacidad de promoción y comercialización.

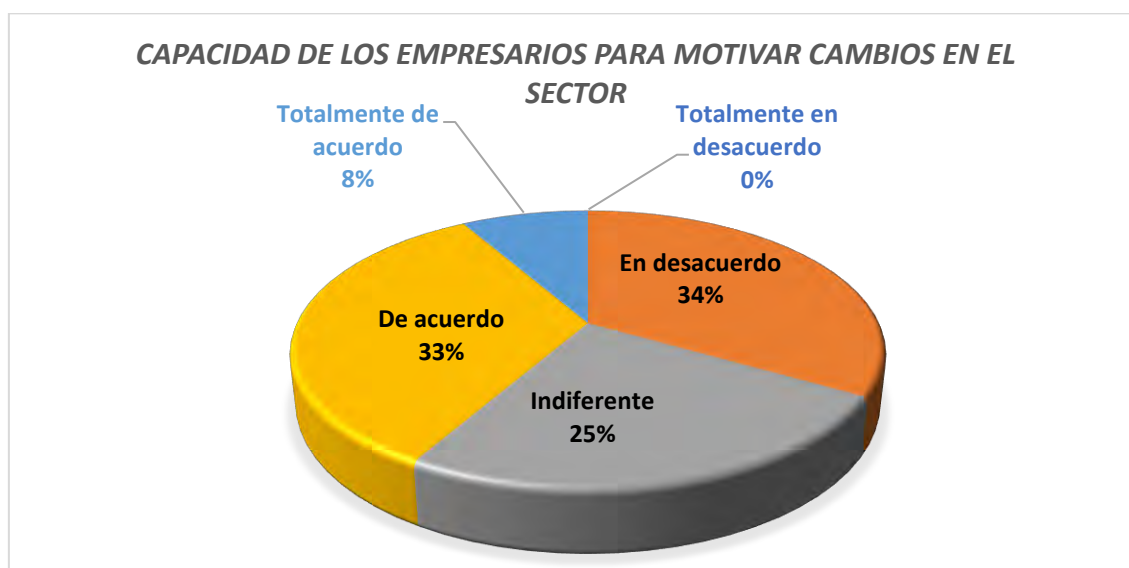
En este contexto, se evidencia la importancia de continuar fortaleciendo estrategias de innovación orientadas a mejorar la calidad y diferenciación de los servicios turísticos. Asimismo, resulta necesario promover espacios de capacitación y asistencia técnica que permitan a todos los actores del sector incorporar prácticas innovadoras que contribuyan al crecimiento sostenido del flujo turístico en el distrito.

**Pregunta 2: Desde los emprendimientos turísticos, se participa activamente en iniciativas o proyectos colaborativos orientados a mejorar la actividad turística local.**

**Tabla 45.** Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	4	33.3	33.3	33.3
Indiferente	3	25.0	25.0	58.3
Válido De acuerdo	4	33.3	33.3	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 27.** Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector



*Fuente:* Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 45 y la Figura 27 presentan la percepción desde los emprendimientos turísticos respecto a su participación activa en iniciativas o proyectos colaborativos

orientados a mejorar la actividad turística local.

Los resultados muestran que el **41,6 %** de los encuestados manifiesta una postura favorable, distribuida entre *de acuerdo* (33,3 %) y *totalmente de acuerdo* (8,3 %). Por otro lado, el **33,3 %** expresa estar *en desacuerdo*, mientras que el **25,0 %** se ubica en la categoría *indiferente*. No se registran respuestas en la opción *totalmente en desacuerdo*.

Estos datos evidencian una ligera predominancia de percepciones positivas frente a las negativas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, existe una participación relativamente activa en iniciativas colaborativas orientadas a fortalecer el sector. La proporción de respuestas favorables sugiere disposición y compromiso por parte de un grupo importante de empresarios para involucrarse en proyectos conjuntos y generar cambios en la actividad turística local.

No obstante, el porcentaje significativo de respuestas en desacuerdo e indiferencia indica que aún existen limitaciones en la articulación y cooperación entre actores del sector. Esto podría deberse a barreras como falta de coordinación, escasos incentivos para la asociatividad o debilidades en los espacios de gobernanza turística.

En consecuencia, se hace necesario fortalecer mecanismos de trabajo colaborativo, redes empresariales y alianzas estratégicas que promuevan una mayor integración entre emprendimientos, instituciones y comunidad, consolidando así una gestión turística más participativa y competitiva.

**Pregunta 3: En el sector turístico del distrito, se fomentan espacios de trabajo colaborativo que promueven la creatividad y la innovación.**

*Tabla 46. Formación de organizaciones creativas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	3	25.0	25.0	41.7
Indiferente	3	25.0	25.0	66.7
Válido De acuerdo	4	33.3	33.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 28. Formación de organizaciones creativas*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 46 y la Figura 28 presentan la percepción sobre si en el sector turístico del distrito se fomentan espacios de trabajo colaborativo que promueven la creatividad y

la innovación.

Los resultados muestran que el 33,3 % de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. Por otro lado, el 41,7 % manifiesta una postura desfavorable, distribuida entre en desacuerdo (25,0 %) y totalmente en desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 25,0 % se ubica en la opción indiferente.

Estos datos reflejan una ligera predominancia de percepciones negativas frente a las positivas, aunque con una presencia importante de opiniones favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, si bien existen esfuerzos por promover espacios de trabajo colaborativo orientados a la creatividad e innovación, estos aún no son percibidos de manera consolidada por la mayoría de los actores del sector. La proporción significativa de respuestas en desacuerdo sugiere que dichos espacios podrían ser limitados, poco frecuentes o no suficientemente estructurados.

El porcentaje de respuestas favorables indica que algunos actores reconocen iniciativas de colaboración e innovación, lo que evidencia un potencial para fortalecer estos procesos. Por su parte, el grupo de respuestas indiferentes podría reflejar desconocimiento o una participación parcial en este tipo de espacios.

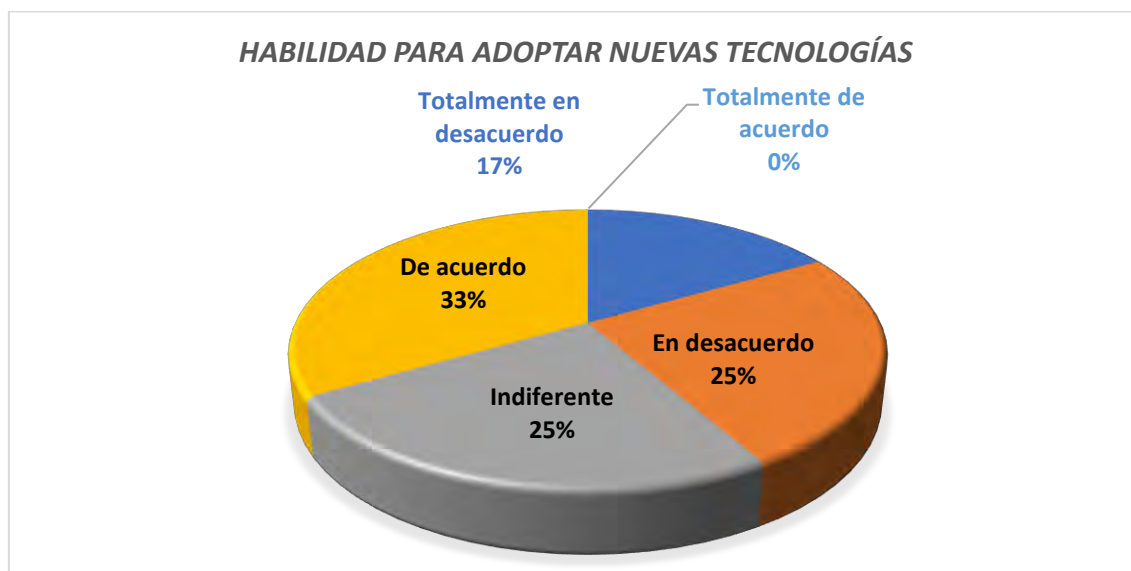
En consecuencia, se hace necesario impulsar estrategias que fomenten la creación de redes, talleres colaborativos, mesas de trabajo y proyectos conjuntos que estimulen la creatividad y la innovación en el sector turístico, contribuyendo así a su competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

**Pregunta 4: Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que la incorporación de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la productividad y competitividad de los servicios turísticos.**

*Tabla 47. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	3	25.0	25.0	41.7
Indiferente	3	25.0	25.0	66.7
Válido De acuerdo	4	33.3	33.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 29. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 47 y la Figura 29 presentan la percepción desde los emprendimientos turísticos respecto a si la incorporación de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la

productividad y competitividad de los servicios turísticos.

Los resultados muestran que el 33,3 % de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En contraste, el 41,7 % manifiesta una percepción negativa, distribuida entre en desacuerdo (25,0 %) y totalmente en desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 25,0 % se ubica en la opción indiferente.

Estos datos evidencian una ligera predominancia de opiniones desfavorables frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la incorporación de nuevas tecnologías en los emprendimientos turísticos aún no es percibida de manera generalizada como un factor determinante para mejorar la productividad y competitividad. La proporción mayoritaria de respuestas en desacuerdo sugiere posibles limitaciones en el acceso, uso o aprovechamiento estratégico de herramientas tecnológicas.

El porcentaje significativo de respuestas favorables indica que algunos emprendimientos sí reconocen beneficios derivados de la adopción tecnológica, lo que evidencia un potencial de crecimiento en este ámbito. Por su parte, la presencia de respuestas indiferentes podría reflejar una adopción parcial o incipiente de tecnologías, cuyos efectos aún no son claramente percibidos.

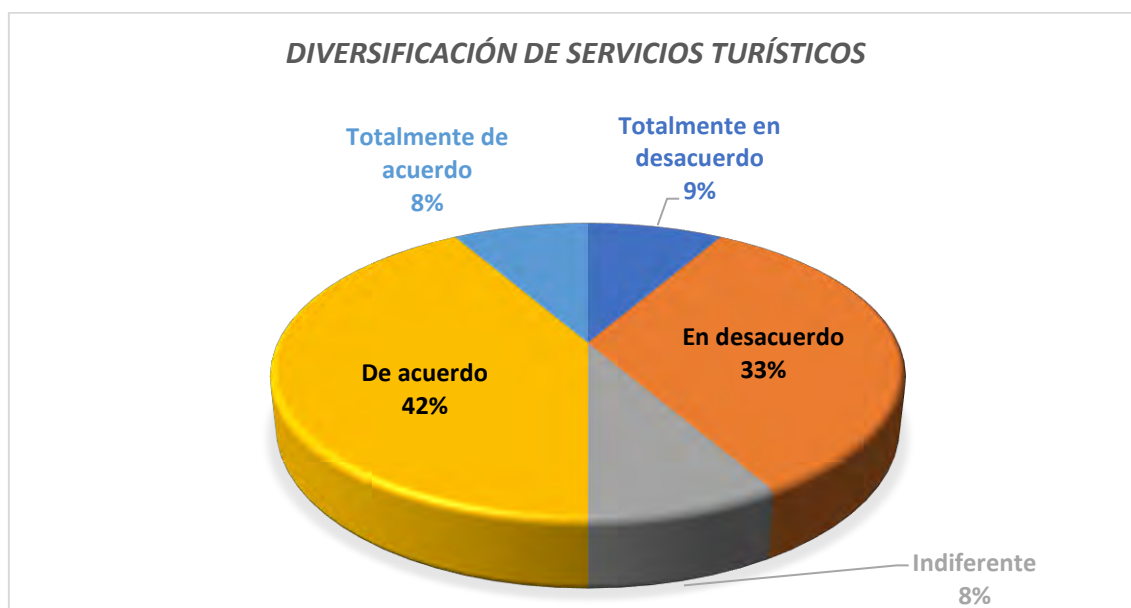
En este contexto, se hace necesario fortalecer programas de capacitación digital, acceso a herramientas tecnológicas y asesoría especializada que permitan a los emprendimientos turísticos optimizar procesos, mejorar la experiencia del cliente y aumentar su competitividad en el mercado.

**Pregunta 5. Los servicios turísticos ofrecidos por los emprendimientos del distrito atienden adecuadamente las necesidades e intereses de los visitantes.**

*Tabla 48. Diversificación de servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	8.3	8.3	8.3
En desacuerdo	4	33.3	33.3	41.7
Indiferente	1	8.3	8.3	50.0
Válido De acuerdo	5	41.7	41.7	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 30. Diversificación de servicios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 48 y la Figura 30 presentan la percepción desde los emprendimientos turísticos respecto a si los servicios ofrecidos atienden adecuadamente las necesidades e intereses

de los visitantes.

Los resultados muestran que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (41,7 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 41,6 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (33,3 %) y totalmente en desacuerdo (8,3 %). Asimismo, el 8,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una ligera predominancia de opiniones favorables frente a las desfavorables, aunque con una diferencia poco significativa entre ambas posturas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, si bien una parte importante de los emprendimientos considera que sus servicios satisfacen las necesidades e intereses de los visitantes, aún persisten percepciones críticas que reflejan posibles limitaciones en la calidad, diversificación o adecuación de la oferta turística.

La proporción considerable de respuestas en desacuerdo sugiere que algunos servicios podrían no estar plenamente alineados con las expectativas del mercado, lo que podría deberse a factores como escasa innovación, limitada especialización o insuficiente análisis de las preferencias del visitante. Por otro lado, las respuestas favorables evidencian que ciertos emprendimientos han logrado adaptar sus servicios de manera pertinente, lo cual constituye una base positiva para el fortalecimiento del sector.

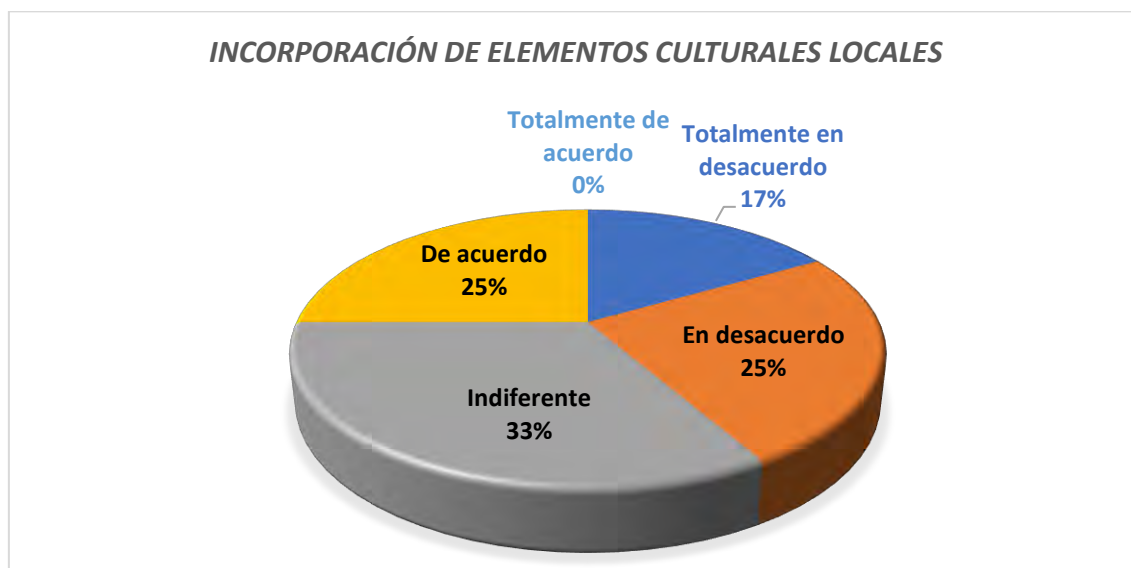
En este contexto, se hace necesario promover estrategias orientadas a la mejora continua, diversificación de la oferta y fortalecimiento de capacidades empresariales, con el fin de elevar los niveles de satisfacción del visitante y consolidar la competitividad del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 6. Desde los emprendimientos turísticos, se incorporan elementos de la cultura local, como tradiciones, gastronomía o artesanía, en las experiencias turísticas ofrecidas.**

**Tabla 49. Incorporación de elementos culturales locales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	3	25.0	25.0	41.7
Indiferente	4	33.3	33.3	75.0
Válido De acuerdo	3	25.0	25.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 31. Incorporación de elementos culturales locales**



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 49 y la Figura 31 presentan la percepción desde los emprendimientos turísticos respecto a la incorporación de elementos de la cultura local en las experiencias turísticas

ofrecidas.

Los resultados muestran que el 25,0 % de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En contraste, el 41,7 % manifiesta una percepción negativa, distribuida entre en desacuerdo (25,0 %) y totalmente en desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 33,3 % se ubica en la opción indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones desfavorables y neutrales frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la incorporación de elementos culturales locales en las experiencias turísticas aún no se encuentra plenamente consolidada en los emprendimientos del distrito. La proporción mayoritaria de respuestas en desacuerdo e indiferente sugiere que la cultura local no está siendo aprovechada de manera sistemática como un componente estratégico de la oferta turística.

La presencia de respuestas favorables indica que algunos emprendimientos sí están integrando tradiciones, gastronomía o artesanía en sus servicios; sin embargo, esta práctica no parece estar generalizada. La elevada proporción de respuestas indiferentes podría reflejar una incorporación parcial o poco estructurada de estos elementos culturales, cuya relevancia aún no es claramente percibida como un factor diferenciador.

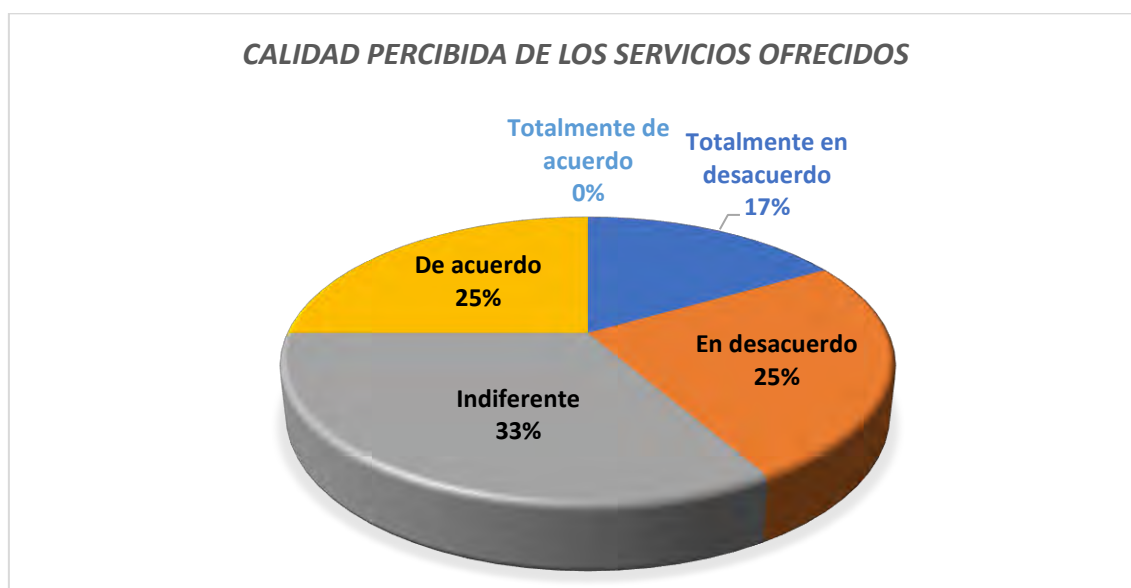
En este contexto, se hace necesario promover estrategias que fomenten la valorización y articulación de la cultura local dentro de la oferta turística, fortaleciendo la identidad del destino y generando experiencias auténticas. La integración efectiva de estos elementos no solo contribuiría a la diferenciación competitiva, sino también al fortalecimiento del desarrollo socioeconómico y cultural del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 7. Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se considera que la calidad de los servicios turísticos ofrecidos cumple con las expectativas de los visitantes.**

**Tabla 50. Calidad percibida de los servicios ofrecidos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	5	41.7	41.7	66.7
Indiferente	2	16.7	16.7	83.3
Válido De acuerdo	1	8.3	8.3	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 32. Calidad percibida de los servicios ofrecidos**



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 50 y la Figura 32 presentan la percepción de los prestadores de servicios turísticos respecto a si la calidad de los servicios ofrecidos cumple con las expectativas

de los visitantes.

Los resultados muestran que el 16,6 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (8,3 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 66,7 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (41,7 %) y totalmente de desacuerdo (25,0 %). Asimismo, el 16,7 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una clara predominancia de opiniones desfavorables frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los propios prestadores de servicios, la calidad de los servicios turísticos ofrecidos aún no cumple plenamente con las expectativas de los visitantes. La alta proporción de respuestas en desacuerdo sugiere la existencia de limitaciones en aspectos como atención al cliente, estandarización del servicio, infraestructura complementaria o capacitación del personal.

La presencia de respuestas indiferentes podría indicar que algunos prestadores no cuentan con mecanismos claros de evaluación de la satisfacción del cliente, lo que dificulta una valoración objetiva del cumplimiento de expectativas. Por otro lado, el reducido porcentaje de respuestas favorables evidencia que solo una minoría percibe que los servicios alcanzan niveles adecuados de calidad.

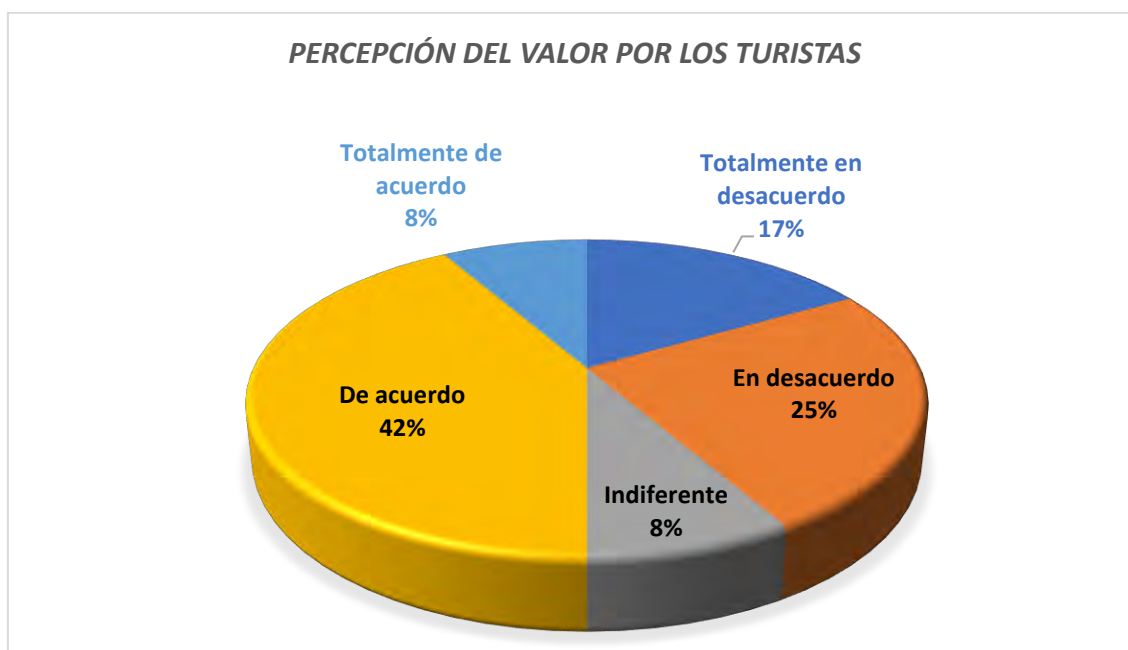
En este contexto, se hace necesario fortalecer los procesos de mejora continua, capacitación y control de calidad en los emprendimientos turísticos, con el fin de elevar los estándares del servicio y mejorar la satisfacción del visitante. Una mejora sostenida en la calidad permitirá incrementar la competitividad del destino y contribuir al posicionamiento del distrito de Ccorcca como un referente turístico sostenible.

**Pregunta 8. Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que los servicios ofrecidos presentan una adecuada relación calidad–precio.**

*Tabla 51. Percepción del valor por los visitantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	3	25.0	25.0	41.7
Indiferente	1	8.3	8.3	50.0
Válido De acuerdo	5	41.7	41.7	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 33. Percepción del valor por los visitantes*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 51 y la Figura 33 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a si los servicios ofrecidos presentan una adecuada relación calidad-

precio.

Los resultados muestran que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (41,7 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 41,7 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (25,0 %) y totalmente de desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 8,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una ligera predominancia de opiniones favorables frente a las desfavorables, aunque con una diferencia poco marcada entre ambas posturas.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, existe una percepción moderadamente positiva respecto a la relación calidad–precio de los servicios ofrecidos. La mitad de los encuestados considera que los precios son coherentes con la calidad brindada, lo que constituye un aspecto favorable para la competitividad del destino.

No obstante, la proporción significativa de respuestas en desacuerdo sugiere que aún existen percepciones críticas que podrían estar vinculadas a diferencias en los niveles de calidad, estructura de costos o expectativas del mercado. Esta situación podría reflejar la necesidad de mejorar ciertos estándares del servicio para que el precio sea percibido como plenamente justificado.

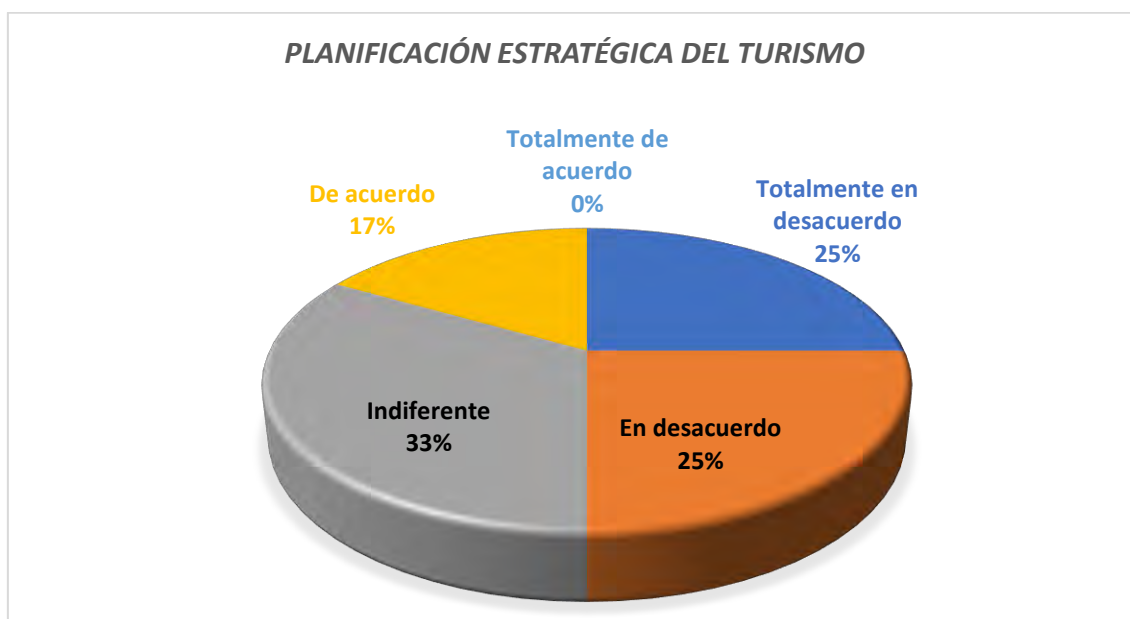
En este contexto, se hace necesario fortalecer estrategias de mejora de la calidad y gestión eficiente de costos, de manera que la relación calidad–precio sea un elemento diferenciador del destino. Una adecuada percepción de valor por parte de los visitantes contribuirá a incrementar la satisfacción, la fidelización y la sostenibilidad del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 9. Las actividades turísticas desarrolladas por los emprendimientos se realizan siguiendo una planificación orientada al crecimiento sostenible.**

*Tabla 52. Planificación estratégica del turismo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	3	25.0	25.0	50.0
Indiferente	4	33.3	33.3	83.3
Válido De acuerdo	2	16.7	16.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 34. Planificación estratégica del turismo*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 52 y la Figura 34 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a si las actividades desarrolladas se realizan bajo una planificación

orientada al crecimiento sostenible.

Los resultados muestran que el 16,7 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo, mientras que no se registran respuestas en totalmente de acuerdo. En contraste, el 50,0 % expresa una percepción negativa, distribuida entre en desacuerdo (25,0 %) y totalmente en desacuerdo (25,0 %). Asimismo, el 33,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones desfavorables y neutrales frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la planificación estratégica orientada al crecimiento sostenible aún no constituye una práctica consolidada en los emprendimientos turísticos del distrito. La proporción mayoritaria de respuestas en desacuerdo sugiere que las actividades turísticas podrían desarrollarse de manera empírica o con una planificación limitada a corto plazo.

La significativa presencia de respuestas indiferentes podría reflejar la ausencia de instrumentos formales de planificación o un desconocimiento sobre los enfoques de sostenibilidad aplicados al turismo. Por su parte, el reducido porcentaje de respuestas favorables indica que solo una minoría de emprendimientos reconoce la implementación de estrategias claramente orientadas al crecimiento sostenible.

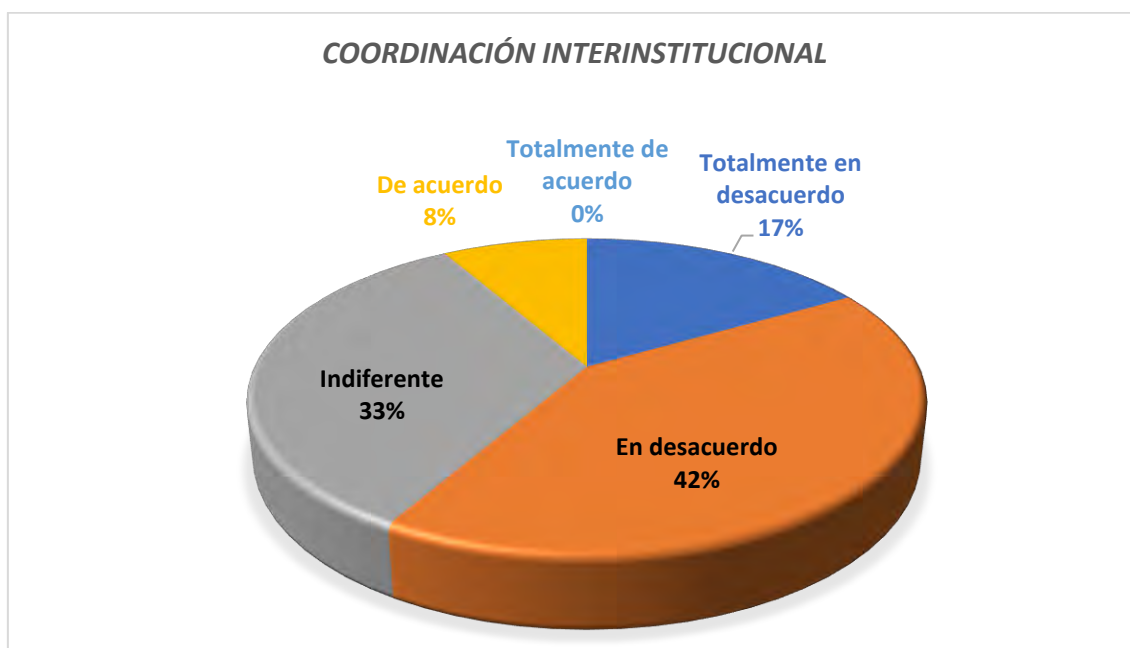
En este contexto, se hace necesario promover el fortalecimiento de capacidades en planificación estratégica, gestión empresarial y sostenibilidad turística, de manera que los emprendimientos puedan estructurar sus actividades bajo un enfoque integral y de largo plazo. Ello permitirá mejorar la competitividad del destino y asegurar el desarrollo sostenible del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 10. Desde los emprendimientos turísticos, se promueve la colaboración con otras instituciones u organizaciones para el desarrollo de proyectos turísticos.**

**Tabla 53. Coordinación interinstitucional**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	5	41.7	41.7	58.3
Indiferente	4	33.3	33.3	91.7
Válido De acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 35. Coordinación interinstitucional**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 53 y la Figura 35 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a la promoción de la colaboración con otras instituciones u

organizaciones para el desarrollo de proyectos turísticos.

Los resultados muestran que el 8,3 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo, mientras que no se registran respuestas en totalmente de acuerdo. En contraste, el 58,4 % expresa una percepción negativa, distribuida entre en desacuerdo (41,7 %) y totalmente en desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 33,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una clara predominancia de opiniones desfavorables frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la colaboración interinstitucional no se encuentra plenamente fortalecida entre los emprendimientos turísticos del distrito. La mayoría de respuestas en desacuerdo sugiere que existe una limitada articulación con otras instituciones u organizaciones para el desarrollo de proyectos turísticos conjuntos.

La presencia significativa de respuestas indiferentes podría indicar la ausencia de mecanismos formales de coordinación o una participación esporádica en iniciativas colaborativas. Esta situación puede limitar el acceso a recursos, capacitación, financiamiento y oportunidades de promoción que podrían potenciar el crecimiento del sector.

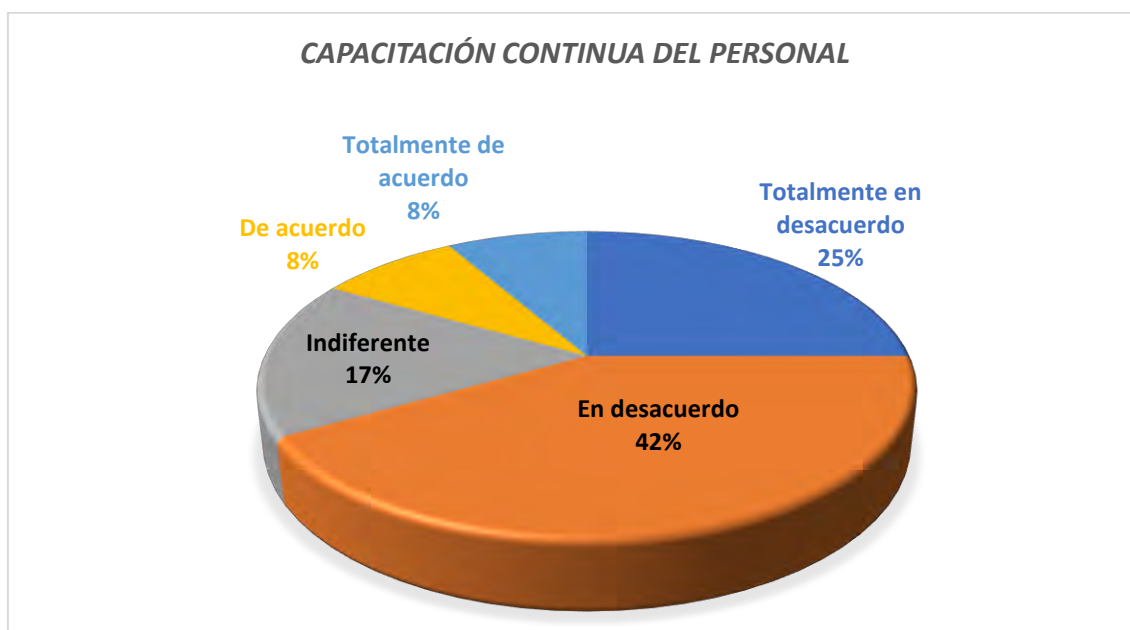
En este contexto, se hace necesario promover espacios de articulación y trabajo conjunto entre emprendimientos, entidades públicas, organizaciones privadas y actores comunitarios. El fortalecimiento de la coordinación interinstitucional permitirá generar proyectos integrales, mejorar la competitividad del destino y contribuir al desarrollo sostenible del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 11. Desde los emprendimientos turísticos, se promueve la capacitación continua del personal para mejorar la calidad del servicio.**

*Tabla 54. Capacitación continua del personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	5	61.0	61.0	86.0
Indiferente	2	4.0	4.0	90.0
Válido De acuerdo	1	7.0	7.0	97.0
Totalmente de acuerdo	1	3.0	3.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 36. Capacitación continua del personal*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

La Tabla 54 y la Figura 36 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a la promoción de la capacitación continua del personal para mejorar

la calidad del servicio.

Los resultados muestran que el 16,6 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (8,3 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 66,7 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (41,7 %) y totalmente en desacuerdo (25,0 %). Asimismo, el 16,7 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una clara predominancia de opiniones desfavorables frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que la capacitación continua del personal no constituye aún una práctica consolidada en los emprendimientos turísticos del distrito. La mayoría de respuestas en desacuerdo sugiere que existen limitaciones en la implementación de programas formales de formación y actualización del recurso humano.

La presencia de respuestas indiferentes podría reflejar la inexistencia de políticas estructuradas de capacitación o la realización de acciones esporádicas que no son percibidas como procesos permanentes de mejora. Por otro lado, el reducido porcentaje de respuestas favorables indica que solo una minoría de emprendimientos promueve activamente la formación continua como estrategia para elevar la calidad del servicio.

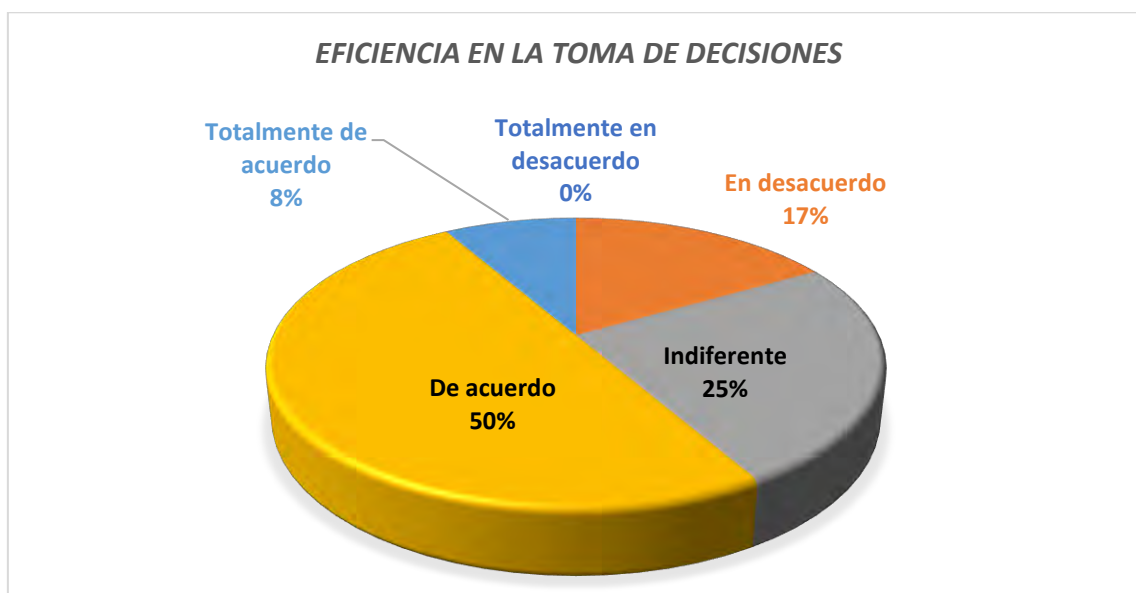
En este contexto, se hace necesario fortalecer programas de capacitación técnica, atención al cliente y gestión turística, con el fin de mejorar las competencias del personal y elevar los estándares de calidad. La formación continua permitirá incrementar la satisfacción del visitante, mejorar la competitividad del destino y contribuir al desarrollo sostenible del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 12. Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se considera que las decisiones se toman oportunamente para responder a los desafíos y oportunidades del sector turístico.**

**Tabla 55. Eficiencia en la toma de decisiones**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
Indiferente	3	25.0	25.0	41.7
Válido De acuerdo	6	50.0	50.0	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 37. Eficiencia en la toma de decisiones**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 55 y la Figura 37 presentan la percepción de los prestadores de servicios turísticos respecto a la oportunidad en la toma de decisiones para responder a los desafíos

y oportunidades del sector.

Los resultados muestran que el 58,3 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (50,0 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 16,7 % expresa una percepción negativa, correspondiente a la categoría en desacuerdo, mientras que el 25,0 % se ubica en la opción indiferente. No se registran respuestas en la categoría totalmente de desacuerdo.

Estos datos evidencian una predominancia clara de opiniones favorables frente a las desfavorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los prestadores de servicios, la toma de decisiones en los emprendimientos turísticos se percibe mayoritariamente como oportuna y adecuada para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del sector. La concentración de respuestas en la categoría de acuerdo refleja una valoración positiva respecto a la capacidad de gestión y respuesta del sector.

La presencia de respuestas indiferentes podría indicar que algunos prestadores no perciben con claridad procesos formales de toma de decisiones o que las acciones implementadas no siempre se comunican de manera efectiva. Por su parte, el reducido porcentaje de respuestas en desacuerdo sugiere que existen aún ciertos aspectos de mejora en la agilidad o eficiencia de la gestión.

En este contexto, los resultados evidencian una fortaleza relativa en la gestión operativa de los emprendimientos turísticos; sin embargo, se recomienda continuar fortaleciendo los procesos de planificación y toma de decisiones estratégicas para consolidar la competitividad y sostenibilidad del turismo en el distrito de Ccorcca.

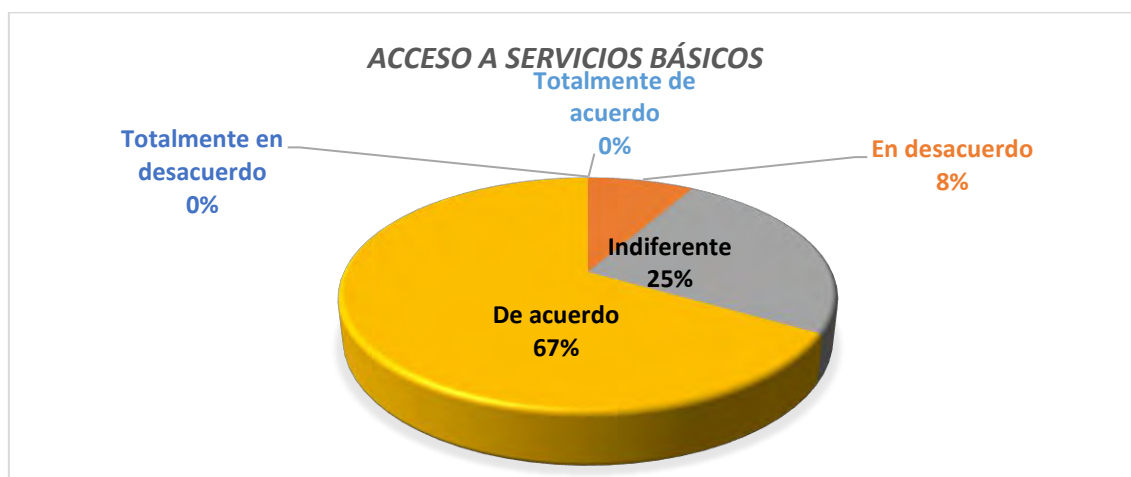
## B. Desarrollo Socioeconómico

**Pregunta 13. Desde la experiencia de los emprendedores turísticos, se percibe que el distrito cuenta con servicios básicos adecuados que favorecen el desarrollo de la actividad turística.**

**Tabla 56.** Acceso a servicios básicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	1	8.3	8.3	8.3
Indiferente	3	25.0	25.0	33.3
Válido De acuerdo	8	66.7	66.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 38.** Acceso a servicios básicos



*Fuente:* Base de datos SPSS

### Descripción de los resultados

La Tabla 56 y la Figura 38 presentan la percepción de los emprendedores turísticos respecto a si el distrito cuenta con servicios básicos adecuados que favorecen el desarrollo

de la actividad turística.

Los resultados muestran que el 66,7 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en totalmente de acuerdo ni en totalmente de desacuerdo. Asimismo, el 25,0 % se ubica en la categoría indiferente y el 8,3 % expresa una percepción negativa en la opción en desacuerdo.

Estos datos evidencian una predominancia clara de opiniones favorables frente a las neutrales y desfavorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendedores turísticos, el distrito cuenta con condiciones básicas que favorecen el desarrollo de la actividad turística. La mayoría de respuestas en la categoría de acuerdo sugiere que los servicios esenciales como agua, electricidad, vías de acceso o comunicaciones son percibidos como adecuados para el funcionamiento del sector.

La presencia de respuestas indiferentes podría indicar que, aunque los servicios básicos existen, estos no necesariamente destacan como una fortaleza diferenciadora o podrían presentar ciertas limitaciones en cobertura o calidad. Por su parte, el reducido porcentaje de respuestas en desacuerdo sugiere que las deficiencias no son generalizadas, pero sí podrían afectar de manera puntual a algunos emprendimientos.

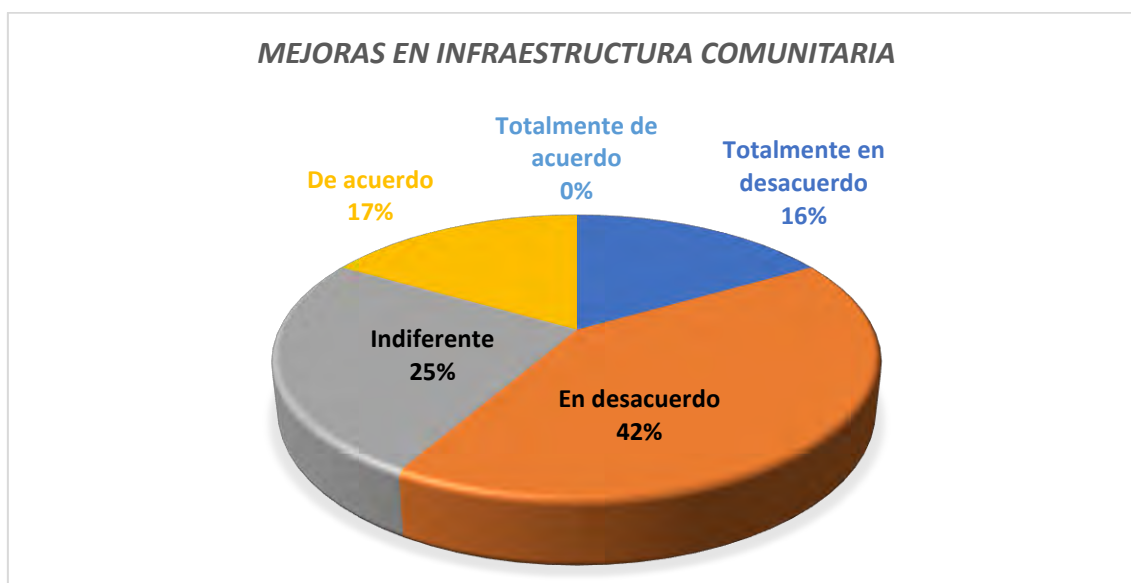
En este contexto, los resultados reflejan una base favorable para el desarrollo del turismo en el distrito de Ccorcca; sin embargo, se recomienda continuar fortaleciendo y mejorando la calidad y cobertura de los servicios básicos, a fin de consolidar un entorno más competitivo y sostenible para la actividad turística.

**Pregunta 14. Desde los emprendimientos turísticos, se considera que la infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en el distrito.**

*Tabla 57. Mejoras en infraestructura comunitaria*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	5	41.7	41.7	58.3
Indiferente	3	25.0	25.0	83.3
Válido De acuerdo	2	16.7	16.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 39. Mejoras en infraestructura comunitaria*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 57 y la Figura 39 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a si la infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en el distrito.

Los resultados muestran que el 16,7 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo, mientras que no se registran respuestas en totalmente de acuerdo. En contraste, el 58,4 % expresa una percepción negativa, distribuida entre en desacuerdo (41,7 %) y totalmente en desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 25,0 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones desfavorables frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, la infraestructura comunitaria aún no es percibida como un factor que contribuya de manera significativa al desarrollo del turismo en el distrito. La mayoría de respuestas en desacuerdo sugiere la existencia de limitaciones en aspectos como vías de acceso, espacios públicos, servicios complementarios o equipamiento comunitario que respalde la actividad turística.

La presencia de respuestas indiferentes podría reflejar que algunas mejoras han sido implementadas, pero estas no resultan suficientes o no generan un impacto claramente perceptible en el crecimiento del sector. Por su parte, el reducido porcentaje de respuestas favorables indica que solo una minoría considera que la infraestructura comunitaria constituye actualmente una fortaleza para el desarrollo turístico.

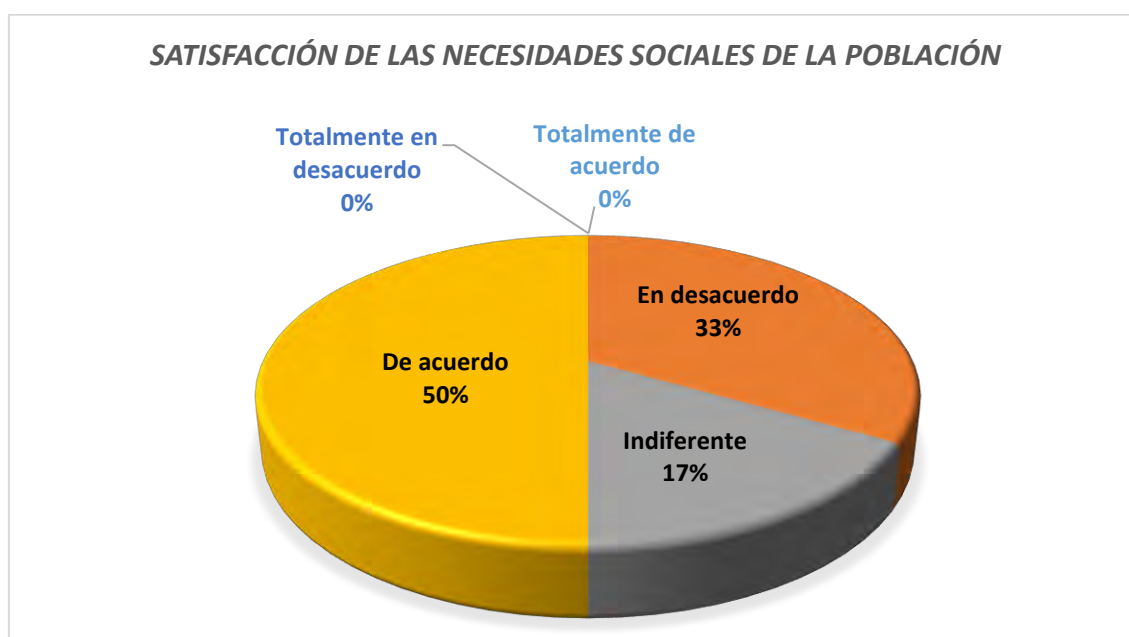
En este contexto, se hace necesario fortalecer la inversión y planificación en infraestructura comunitaria, articulando esfuerzos entre autoridades locales y emprendimientos turísticos. Una infraestructura adecuada permitirá mejorar la experiencia del visitante, incrementar la competitividad del destino y contribuir al desarrollo sostenible del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 15. Desde la experiencia del sector turístico, se percibe que el desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población local.**

*Tabla 58. Satisfacción de las necesidades sociales de la población*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	4	33.3	33.3	33.3
Indiferente	2	16.7	16.7	50.0
Válido De acuerdo	6	50.0	50.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 40. Satisfacción de las necesidades sociales de la población*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

La Tabla 58 y la Figura 40 presentan la percepción del sector turístico respecto a si el desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población

local.

Los resultados muestran que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en totalmente de acuerdo ni en totalmente de desacuerdo. En contraste, el 33,3 % expresa una percepción negativa en la categoría en desacuerdo, mientras que el 16,7 % se ubica en la opción indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones favorables frente a las desfavorables y neutrales.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva del sector turístico, el desarrollo del turismo ha generado aportes positivos en la calidad de vida de la población local. La concentración de respuestas en la categoría de acuerdo sugiere que se perciben beneficios asociados a la generación de empleo, dinamización económica o mejora de oportunidades para la comunidad.

Sin embargo, la presencia de un porcentaje significativo de respuestas en desacuerdo indica que no todos los actores perciben impactos sociales claramente favorables. Esta situación podría estar relacionada con una distribución desigual de los beneficios económicos o con limitaciones en la articulación entre la actividad turística y el bienestar comunitario.

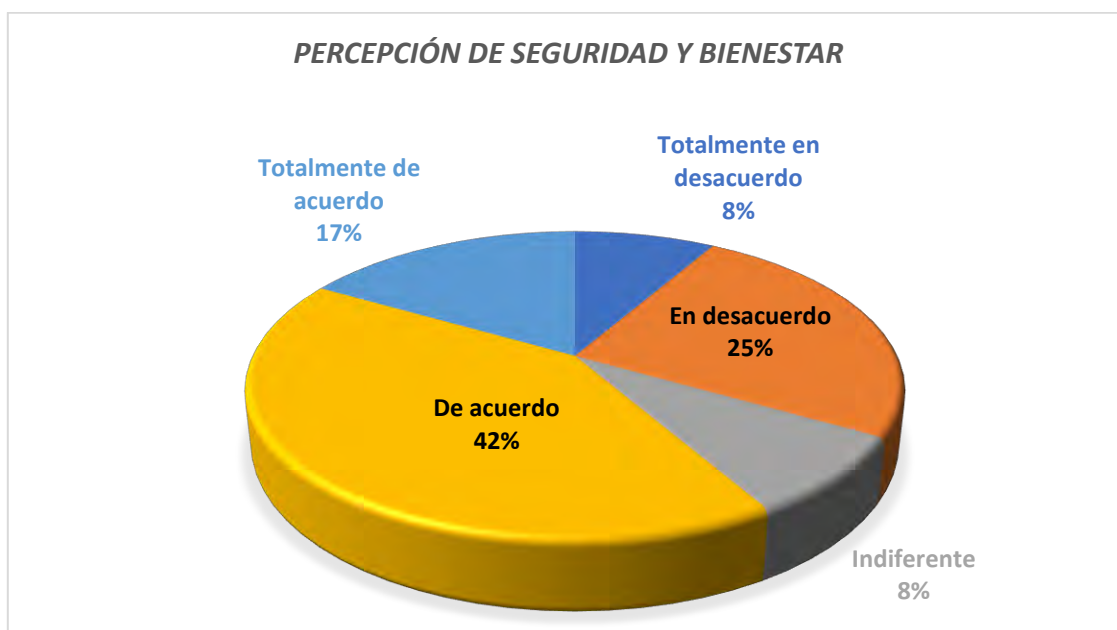
En este contexto, los resultados reflejan que el turismo constituye un factor con potencial para mejorar la calidad de vida en el distrito de Ccorcca; no obstante, se hace necesario fortalecer políticas y estrategias que garanticen una distribución más equitativa de los beneficios y consoliden al turismo como un verdadero motor de desarrollo socioeconómico sostenible.

**Pregunta 16. Desde los emprendimientos turísticos, se considera que el distrito ofrece un entorno seguro y confortable para los visitantes.**

*Tabla 59. Percepción de seguridad y bienestar*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	8.3	8.3	8.3
En desacuerdo	3	25.0	25.0	33.3
Indiferente	1	8.3	8.3	41.7
Válido De acuerdo	5	41.7	41.7	83.3
Totalmente de acuerdo	2	16.7	16.7	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 41. Percepción de seguridad y bienestar*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

De acuerdo con la Tabla 59 y la figura 41, el 58,4 % de los emprendedores turísticos (5 de acuerdo y 2 totalmente de acuerdo) considera que el distrito de Ccorcca

ofrece un entorno seguro y confortable para los visitantes. En contraste, el 33,3 % (3 encuestados) manifestó estar en desacuerdo, mientras que un 8,3 % se mostró indiferente. Estos resultados reflejan percepciones mayoritariamente positivas, aunque aún persisten opiniones críticas respecto a las condiciones de seguridad y bienestar en el distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados evidencian que una proporción mayoritaria de los emprendedores turísticos percibe que el distrito de Ccorcca ofrece condiciones adecuadas de seguridad y confort para los visitantes, lo cual representa un elemento fundamental para la competitividad del destino y la consolidación de la actividad turística local. La percepción positiva sugiere que, desde la experiencia directa de los prestadores de servicios, existen avances en aspectos como la tranquilidad del entorno, el trato a los visitantes y ciertas condiciones básicas que favorecen la estadía del turista.

Sin embargo, el porcentaje de encuestados que expresa desacuerdo o indiferencia pone de manifiesto que estas condiciones no son percibidas de manera homogénea, lo que podría estar asociado a deficiencias en infraestructura turística, servicios de apoyo, señalización, accesibilidad o acciones preventivas de seguridad. Esta situación indica que, si bien se han logrado progresos, aún persisten desafíos que limitan la percepción integral de bienestar del visitante.

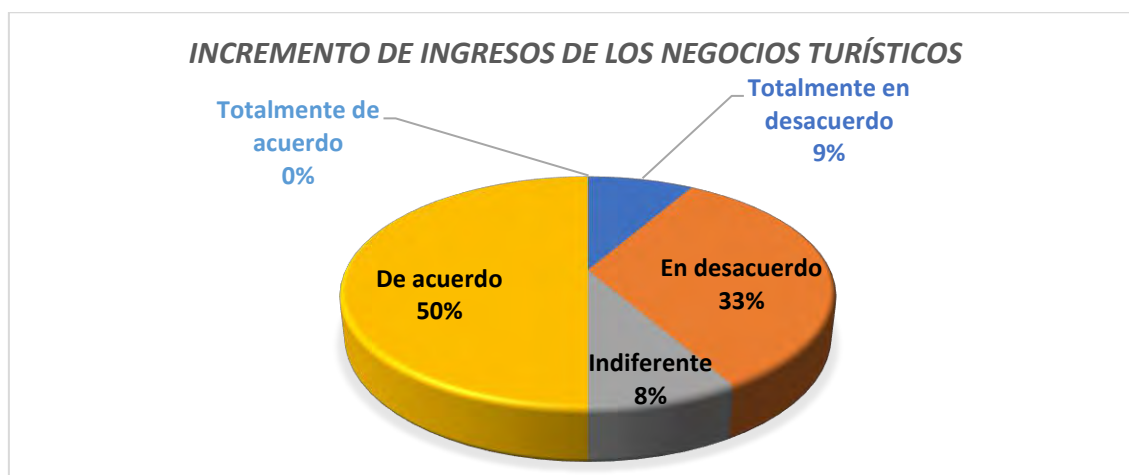
En este sentido, los resultados sugieren la necesidad de fortalecer las políticas y acciones institucionales orientadas a mejorar la seguridad y el confort, incorporando estrategias coordinadas entre autoridades locales, comunidad y sector privado. La mejora continua en estos aspectos permitiría no solo elevar la satisfacción del turista, sino también reforzar la confianza de los emprendimientos turísticos, contribuyendo de manera sostenible al desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 17. Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que las estrategias competitivas implementadas han contribuido al incremento de los ingresos económicos del sector.**

**Tabla 60. Incremento de ingresos de los negocios turísticos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	8.3	8.3	8.3
En desacuerdo	4	33.3	33.3	41.7
Indiferente	1	8.3	8.3	50.0
Válido De acuerdo	6	50.0	50.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 42. Incremento de ingresos de los negocios turísticos**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 60 y la Figura 42 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a si las estrategias competitivas implementadas han contribuido al incremento de los ingresos económicos del sector.

Los resultados muestran que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en totalmente de acuerdo. En contraste, el 41,6 % expresa una percepción negativa, distribuida entre en desacuerdo (33,3 %) y totalmente en desacuerdo (8,3 %). Asimismo, el 8,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una ligera predominancia de opiniones favorables frente a las desfavorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, las estrategias competitivas implementadas han generado efectos positivos en el incremento de los ingresos económicos del sector. La concentración de respuestas en la categoría de acuerdo sugiere que una parte importante de los emprendedores percibe beneficios económicos derivados de acciones estratégicas como innovación, mejora de la calidad, diversificación de servicios o promoción.

No obstante, la proporción considerable de respuestas en desacuerdo indica que estos beneficios no han sido percibidos de manera uniforme por todos los emprendimientos. Esta situación podría deberse a diferencias en el nivel de implementación de estrategias, tamaño del negocio, acceso a recursos o grado de articulación con otros actores del sector.

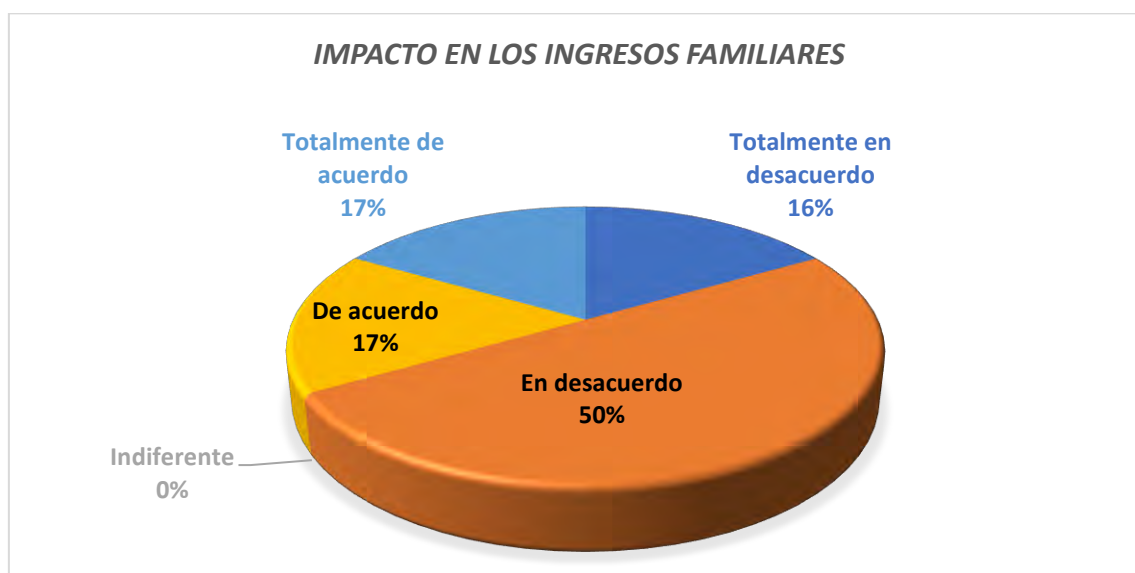
En este contexto, los resultados evidencian que las estrategias competitivas poseen un impacto positivo potencial en la generación de ingresos; sin embargo, se hace necesario fortalecer su implementación de manera integral y equitativa, garantizando que más emprendimientos puedan beneficiarse y consolidar el crecimiento sostenible del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 18. Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se considera que el turismo representa una fuente importante de ingresos para las familias vinculadas al sector.**

*Tabla 61. Impacto en los ingresos familiares*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	6	50.0	50.0	66.7
Indiferente	0	0.0	0.0	66.7
Válido De acuerdo	2	16.7	16.7	83.3
Totalmente de acuerdo	2	16.7	16.7	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 43. Impacto en los ingresos familiares*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 61 y figura 43 se observa que el 50,0 % de los prestadores de servicios turísticos manifestó estar en desacuerdo con que el turismo represente una fuente

importante de ingresos para las familias vinculadas al sector, mientras que un 16,7 % indicó estar totalmente en desacuerdo. En conjunto, estas respuestas representan un 66,7 % de percepción negativa respecto al impacto del turismo en los ingresos familiares.

Por otro lado, no se registraron respuestas en la categoría indiferente, lo que evidencia una posición definida por parte de los encuestados. Asimismo, un 16,7 % manifestó estar de acuerdo y otro 16,7 % totalmente de acuerdo, sumando un 33,4 % de percepciones positivas sobre el rol del turismo como fuente de ingresos familiares.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados reflejan que, desde la experiencia de los prestadores de servicios, el turismo aún no constituye una fuente de ingresos sólida y generalizada para la mayoría de las familias vinculadas al sector. El predominio de respuestas en desacuerdo sugiere que los ingresos generados por la actividad turística son percibidos como insuficientes, inestables o concentrados en un grupo reducido de actores.

No obstante, la existencia de un porcentaje relevante de respuestas favorables indica que para algunos emprendimientos y familias el turismo sí representa una fuente importante de ingresos, lo que evidencia una distribución desigual de los beneficios económicos. Esta situación podría estar relacionada con diferencias en el tipo de servicios ofrecidos, el nivel de formalización o el acceso a mercados turísticos.

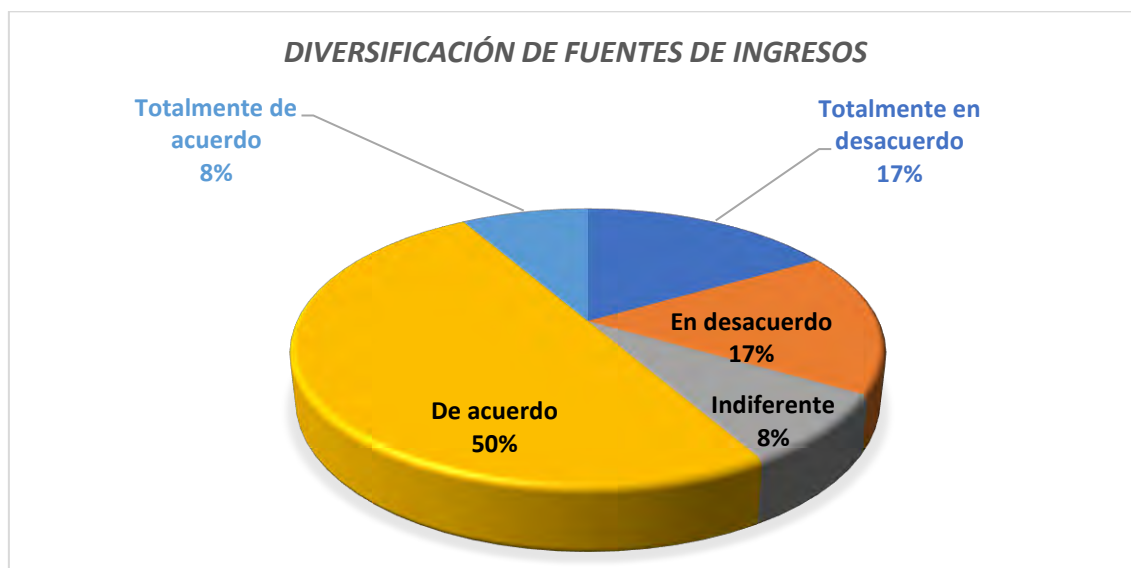
En este sentido, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer políticas y estrategias que promuevan una mayor inclusión económica de la población local, fomentando el encadenamiento productivo, la diversificación de servicios y el apoyo a los emprendimientos turísticos, de modo que el turismo contribuya de manera más equitativa al bienestar económico de las familias del distrito.

**Pregunta 19. Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que la diversificación de los servicios turísticos ha contribuido a mejorar la estabilidad económica del sector.**

**Tabla 62. Diversificación de fuentes de ingresos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	2	16.7	16.7	33.3
Indiferente	1	8.3	8.3	41.7
Válido De acuerdo	6	50.0	50.0	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 44. Diversificación de fuentes de ingresos**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 62 y la Figura 44 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a si la diversificación de los servicios ha contribuido a mejorar la

estabilidad económica del sector.

Los resultados muestran que el 58,3 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (50,0 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 33,4 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (16,7 %) y totalmente en desacuerdo (16,7 %). Asimismo, el 8,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia clara de opiniones favorables frente a las desfavorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, la diversificación de los servicios constituye un factor relevante para la estabilidad económica del sector. La mayoría de respuestas en las categorías favorables sugiere que la ampliación de la oferta turística ha permitido generar mayores oportunidades de ingreso y reducir la dependencia de un único servicio o actividad.

No obstante, la presencia de respuestas en desacuerdo indica que no todos los emprendimientos han logrado beneficiarse de manera equitativa de la diversificación. Esta situación podría estar asociada a diferencias en capacidad de inversión, innovación, posicionamiento en el mercado o acceso a canales de promoción.

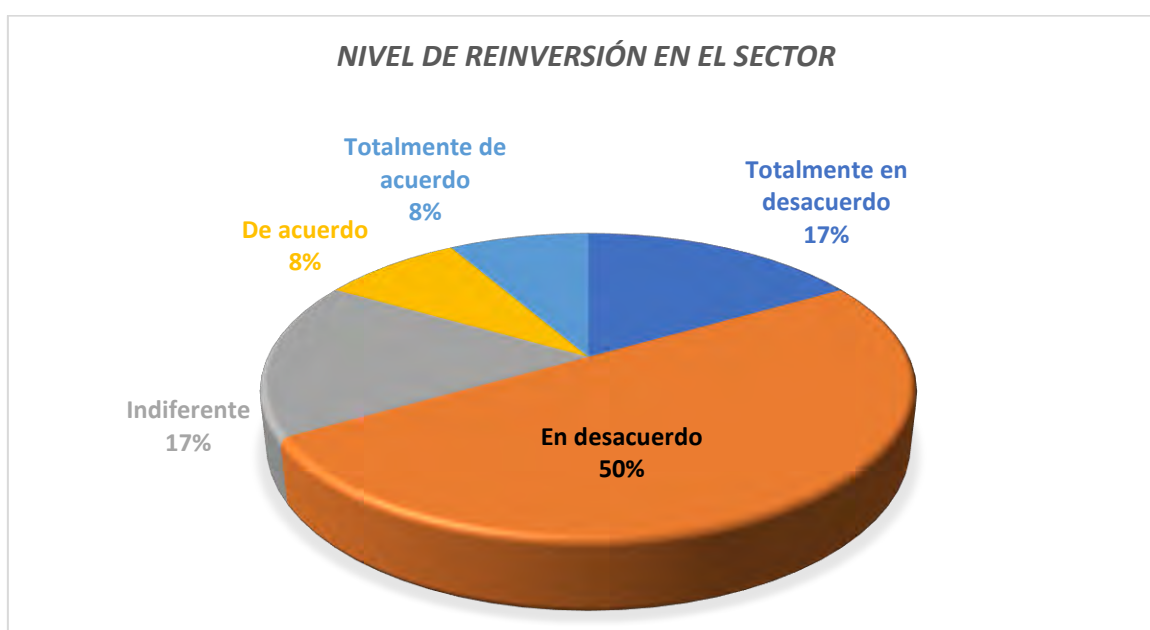
En este contexto, los resultados evidencian que la diversificación de servicios representa una estrategia clave para fortalecer la estabilidad económica del turismo en el distrito de Ccorcca. Por ello, se recomienda continuar promoviendo la innovación y ampliación de la oferta turística, asegurando que más emprendimientos puedan integrarse y consolidar un crecimiento sostenible del sector.

**Pregunta 20. Desde la experiencia del sector turístico, se considera que la reinversión en infraestructura turística ha mejorado la competitividad de los emprendimientos.**

*Tabla 63. Nivel de reinversión en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	6	50.0	50.0	66.7
Indiferente	2	16.7	16.7	83.3
Válido De acuerdo	1	8.3	8.3	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 45. Nivel de reinversión en el sector*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 63 y figura 45 se evidencia que el 50,0 % de los actores del sector turístico encuestados manifestó estar en desacuerdo con que la reinversión en

infraestructura turística haya mejorado la competitividad de los emprendimientos, mientras que un 16,7 % indicó estar totalmente en desacuerdo. En conjunto, estas respuestas representan un 66,7 % de percepciones negativas respecto al nivel de reinversión en el sector.

Asimismo, un 16,7 % de los encuestados se mostró indiferente, lo que refleja una percepción neutral o la falta de claridad sobre los efectos de la reinversión en infraestructura. Por otro lado, un 8,3 % manifestó estar de acuerdo y otro 8,3 % totalmente de acuerdo, sumando un 16,6 % de percepciones positivas sobre la contribución de la reinversión a la competitividad de los emprendimientos turísticos.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la experiencia del sector turístico, la reinversión en infraestructura aún no ha generado un impacto significativo en la mejora de la competitividad de los emprendimientos. El predominio de respuestas en desacuerdo sugiere que las inversiones realizadas son percibidas como insuficientes, poco focalizadas o con efectos limitados en el fortalecimiento de la oferta turística.

La presencia de respuestas indiferentes evidencia que los beneficios de la reinversión no son claramente visibles para todos los actores, lo que podría estar relacionado con una distribución desigual de las inversiones o con la ausencia de criterios estratégicos orientados a mejorar la competitividad del sector.

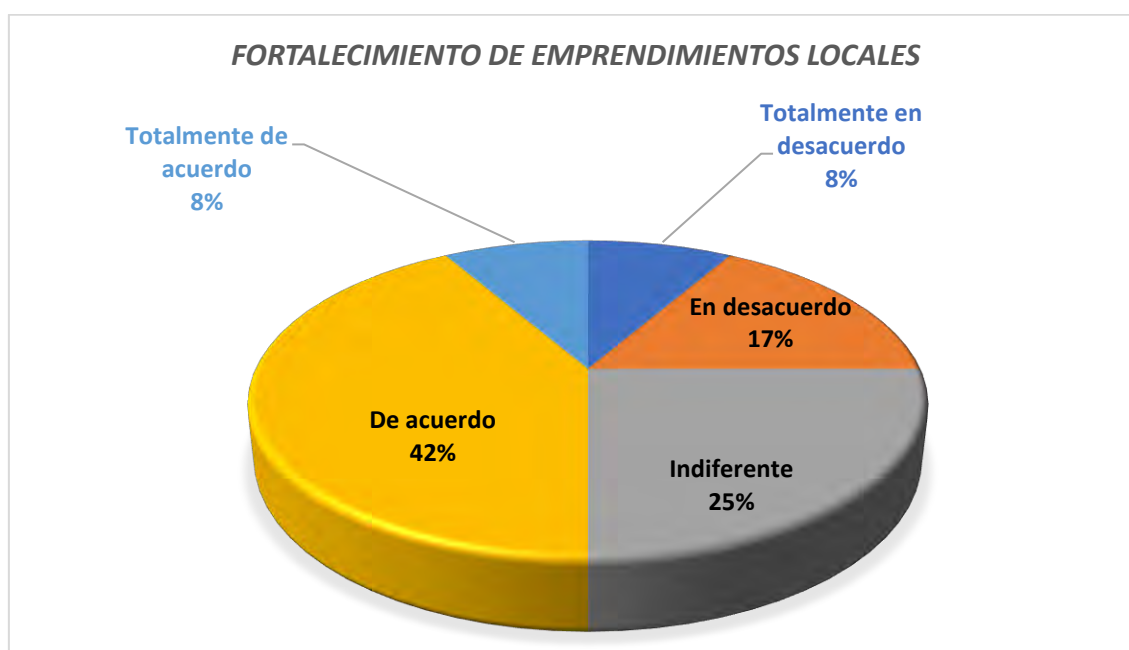
No obstante, el reducido porcentaje de respuestas positivas indica que en algunos casos la reinversión sí ha contribuido a mejorar las condiciones de los emprendimientos, lo que resalta la importancia de fortalecer y orientar las inversiones en infraestructura turística de manera planificada, priorizando aquellas que generen mayor impacto en la competitividad y sostenibilidad del sector en el distrito.

**Pregunta 21: Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que existe apoyo técnico o financiero para mejorar la competitividad del sector.**

**Tabla 64.** Fortalecimiento de emprendimientos locales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	8.3	8.3	8.3
En desacuerdo	2	16.7	16.7	25.0
Indiferente	3	25.0	25.0	50.0
Válido De acuerdo	5	41.7	41.7	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 46.** Fortalecimiento de emprendimientos locales



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 64 y la Figura 46 presentan la percepción de los emprendimientos turísticos respecto a la existencia de apoyo técnico o financiero para mejorar la

competitividad del sector.

Los resultados muestran que el 50,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (41,7 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %). En contraste, el 25,0 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (16,7 %) y totalmente en desacuerdo (8,3 %). Asimismo, el 25,0 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones favorables frente a las desfavorables y neutrales.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, existe una percepción moderadamente positiva respecto al apoyo técnico o financiero destinado a fortalecer la competitividad del sector. La mitad de los encuestados reconoce la existencia de algún tipo de respaldo, lo que constituye un elemento favorable para el crecimiento y consolidación de los negocios turísticos.

Sin embargo, la presencia de respuestas indiferentes y negativas indica que dicho apoyo no es percibido de manera uniforme por todos los emprendimientos. Esta situación podría estar relacionada con una cobertura limitada de programas de asistencia, dificultades en el acceso a financiamiento o insuficiente difusión de las oportunidades disponibles.

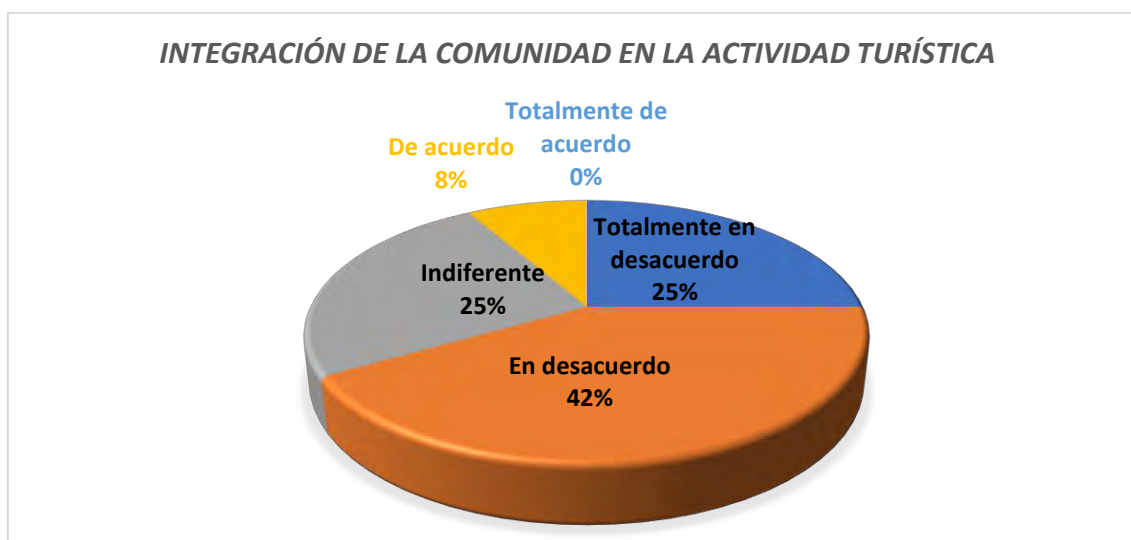
En este contexto, se hace necesario fortalecer los mecanismos de apoyo técnico y financiero, asegurando mayor alcance, equidad y continuidad en las intervenciones. Un respaldo institucional más sólido permitirá mejorar la competitividad, sostenibilidad y desarrollo integral del turismo en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 22. Desde la experiencia del sector turístico, se considera que la comunidad participa activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas.**

*Tabla 65. Integración de la comunidad en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	5	41.7	41.7	66.7
Indiferente	3	25.0	25.0	91.7
Válido De acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 47. Integración de la comunidad en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 65 y figura 47 se observa que el 41,7 % de los actores del sector turístico manifestó estar en desacuerdo con que la comunidad participe activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas, mientras que un 25,0 % indicó estar

totalmente en desacuerdo. En conjunto, estas respuestas representan un 66,7 % de percepciones negativas respecto a la integración de la comunidad en la actividad turística.

Asimismo, un 25,0 % de los encuestados se mostró indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una limitada evidencia de participación comunitaria en los procesos turísticos. Por otro lado, solo un 8,3 % manifestó estar de acuerdo, y no se registraron respuestas en la categoría totalmente de acuerdo, lo que evidencia una escasa valoración positiva sobre este aspecto.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados evidencian que, desde la experiencia del sector turístico, la participación de la comunidad en la planificación y ejecución de las actividades turísticas es percibida como limitada. El predominio de respuestas en desacuerdo sugiere que la población local no estaría siendo integrada de manera efectiva en los procesos de toma de decisiones ni en el desarrollo de las iniciativas turísticas.

La presencia de un porcentaje significativo de respuestas indiferentes indica que la participación comunitaria no es claramente visible o se desarrolla de forma puntual y poco estructurada, lo que podría estar relacionado con la falta de mecanismos formales de participación o de espacios de diálogo entre los actores locales y los emprendimientos turísticos.

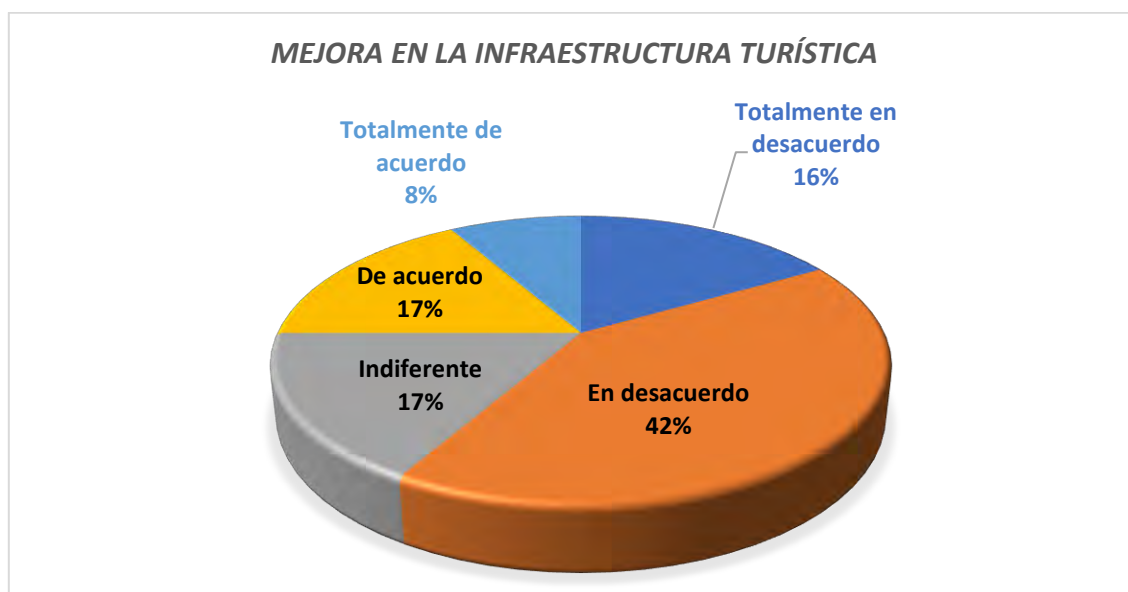
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la articulación entre la comunidad y el sector turístico, promoviendo modelos de gestión participativa que permitan una mayor inclusión de la población local. Una participación comunitaria más activa contribuiría a mejorar la sostenibilidad del turismo, fortalecer el sentido de pertenencia y asegurar que los beneficios de la actividad turística se distribuyan de manera más equitativa en el distrito.

**Pregunta 23. Desde los emprendimientos turísticos, se considera que la infraestructura turística del distrito se adecua a las necesidades de los visitantes.**

**Tabla 66. Mejora en la infraestructura turística**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	5	41.7	41.7	58.3
Indiferente	2	16.7	16.7	75.0
Válido De acuerdo	2	16.7	16.7	91.7
Totalmente de acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Total	12	100.0	100.0	

**Figura 48. Mejora en la infraestructura turística**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 66 y figura 48 se aprecia que el 41,7 % de los emprendedores turísticos manifestó estar en desacuerdo con que la infraestructura turística del distrito se adecue a las necesidades de los visitantes, mientras que un 16,7 % se mostró totalmente en

desacuerdo. En conjunto, estas respuestas representan un 58,4 % de percepción negativa respecto a la adecuación de la infraestructura turística.

Por otro lado, un 16,7 % de los encuestados indicó una postura indiferente, lo que evidencia una percepción neutra o una limitada claridad sobre el nivel de adecuación de la infraestructura existente. En contraste, un 25,0 % manifestó una percepción positiva, distribuida entre las categorías de acuerdo (16,7 %) y totalmente de acuerdo (8,3 %), lo que indica que solo una minoría considera que la infraestructura turística responde adecuadamente a las necesidades de los visitantes.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados reflejan que, desde la perspectiva de los emprendimientos turísticos, la infraestructura turística del distrito presenta limitaciones para satisfacer plenamente las demandas de los visitantes. El predominio de opiniones desfavorables sugiere la existencia de deficiencias en aspectos como accesibilidad, señalización, equipamiento turístico o condiciones de los servicios complementarios.

La presencia de respuestas indiferentes indica que, en algunos casos, la infraestructura disponible no genera una percepción clara de mejora ni de insuficiencia, lo que podría estar relacionado con avances parciales o intervenciones que aún no logran un impacto significativo en la experiencia del visitante.

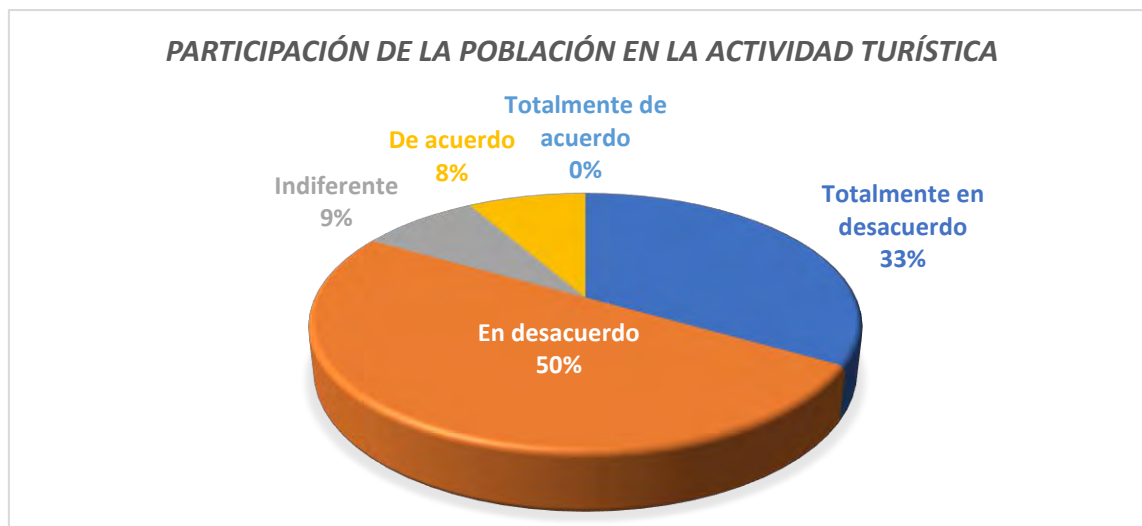
En este contexto, los resultados evidencian la necesidad de impulsar inversiones sostenidas y planificadas en infraestructura turística, orientadas a mejorar la competitividad del destino. El fortalecimiento de la infraestructura no solo permitiría elevar la satisfacción de los visitantes, sino también potenciar el desarrollo económico del sector turístico y consolidar al distrito como un destino más atractivo y funcional.

**Pregunta 24. Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se percibe que el turismo incentiva la participación de la población local en actividades económicas relacionadas.**

*Tabla 67. Participación de la población en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	33.3	33.3	33.3
En desacuerdo	6	50.0	50.0	83.3
Indiferente	1	8.3	8.3	91.7
Válido De acuerdo	1	8.3	8.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	12	100.0	100.0	

*Figura 49. Participación de la población en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 67 y figura 49 se observa que el 50,0 % de los prestadores de servicios turísticos manifestó estar en desacuerdo con que el turismo incentive la participación de la población local en actividades económicas relacionadas, mientras que un 33,3 % se

mostró totalmente en desacuerdo. En conjunto, estas respuestas representan un 83,3 % de percepción negativa respecto al nivel de involucramiento económico de la población local en la actividad turística.

Asimismo, un 8,3 % de los encuestados expresó una posición indiferente, lo que sugiere una percepción neutral o limitada evidencia del impacto del turismo en la participación económica local. En contraste, solo un 8,3 % indicó estar de acuerdo con la afirmación planteada, sin registrarse respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados evidencian que, desde la experiencia de los prestadores de servicios turísticos, el turismo aún no logra consolidarse como un motor efectivo de participación económica para la población local. El predominio de percepciones desfavorables sugiere que los beneficios económicos generados por la actividad turística no se distribuyen de manera amplia o inclusiva dentro de la comunidad.

La limitada presencia de respuestas favorables indica que las oportunidades económicas derivadas del turismo podrían estar concentradas en un grupo reducido de actores, sin generar encadenamientos productivos sólidos que integren a otros sectores de la población local. Esto puede deberse a la falta de capacitación, apoyo institucional o mecanismos de articulación entre la comunidad y los emprendimientos turísticos.

En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de implementar estrategias que promuevan una mayor inclusión de la población local en las actividades económicas vinculadas al turismo, fortaleciendo el desarrollo de emprendimientos comunitarios y fomentando la participación activa de la población en la cadena de valor turística, como un medio para impulsar el desarrollo socioeconómico sostenible del distrito.

### 4.1.2.3 Análisis de resultados: Pobladores locales.

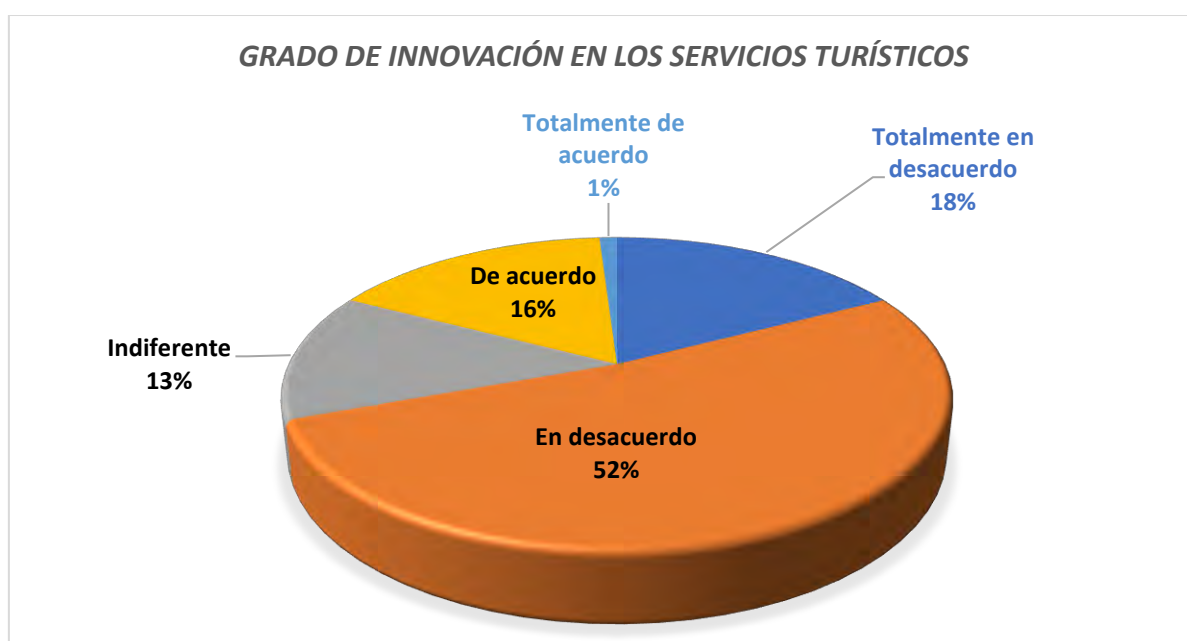
#### A. Estrategias Competitivas

**Pregunta 1: En la comunidad se percibe que la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes.**

*Tabla 68. Grado de innovación en los servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	17	17.3	17.3	17.3
En desacuerdo	51	52.0	52.0	69.4
Indiferente	13	13.3	13.3	82.7
De acuerdo	16	16.3	16.3	99.0
Totalmente de acuerdo	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 50. Grado de innovación en los servicios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### ***Descripción de los resultados***

En la Tabla 68 y la Figura 50 se presentan los resultados sobre la percepción de los pobladores respecto a si la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 52,0 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo y el 17,3 % totalmente en desacuerdo, lo que evidencia una tendencia mayoritariamente negativa. Asimismo, el 13,3 % de los pobladores manifiesta una posición indiferente, mientras que el 16,3 % señala estar de acuerdo y solo el 1,0 % totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados reflejan que una proporción considerable de la población no percibe claramente que la innovación en los servicios turísticos haya incrementado la llegada de visitantes.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los pobladores, las acciones de innovación en los servicios turísticos aún no han generado un impacto evidente en el aumento del flujo de visitantes al distrito de Ccorcca. La predominancia de respuestas en desacuerdo sugiere que los cambios implementados no son percibidos como significativos o no han sido suficientemente visibles para la comunidad.

Asimismo, el grupo de respuestas indiferentes podría indicar que algunos pobladores no tienen información suficiente sobre las iniciativas de innovación o sobre sus efectos en la actividad turística local. Esto también puede reflejar una limitada participación de la población en los procesos de desarrollo turístico.

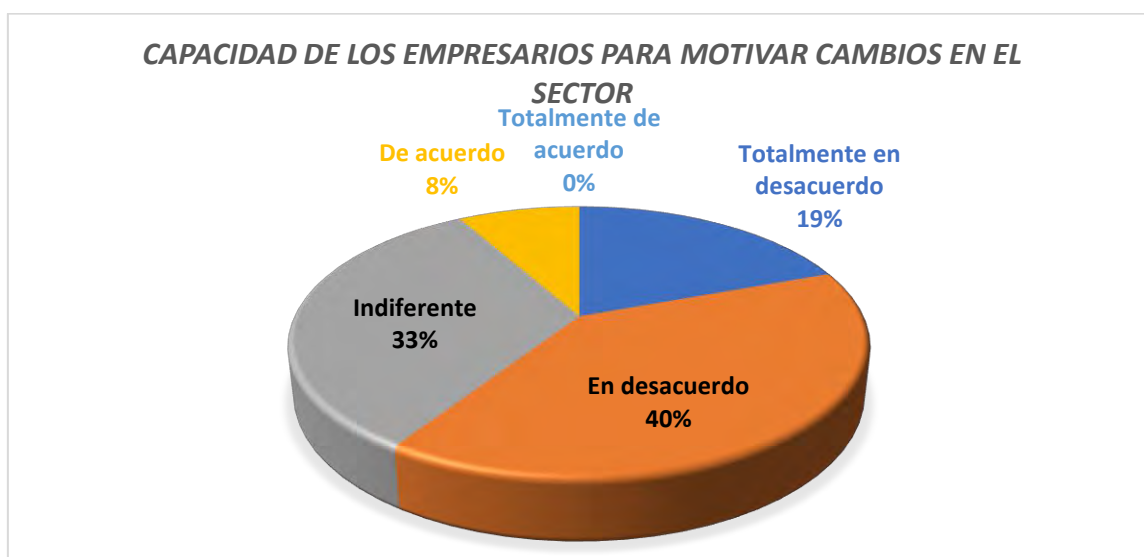
En este contexto, resulta importante fortalecer las estrategias de innovación en los servicios turísticos, así como promover una mayor articulación entre autoridades, emprendedores y población local, de manera que los beneficios del turismo sean más visibles y valorados dentro de la comunidad.

**Pregunta 2: En la comunidad se participa activamente en iniciativas o proyectos que buscan mejorar la actividad turística en Ccorcca.**

*Tabla 69. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	19	19.4	19.4	19.4
En desacuerdo	39	39.8	39.8	59.2
Indiferente	32	32.7	32.7	91.8
Válido De acuerdo	8	8.2	8.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 51. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 69 y la Figura 51 presentan la percepción de la comunidad respecto a su participación en iniciativas o proyectos orientados a mejorar la actividad turística en el distrito de Ccorcca. Los resultados muestran que una mayoría significativa de los

pobladores manifiesta una percepción desfavorable, ya que el 59,2 % se concentra entre totalmente en desacuerdo (19,4 %) y en desacuerdo (39,8 %).

Asimismo, un 32,7 % de los encuestados se ubica en una posición indiferente, lo que evidencia una participación limitada o una falta de claridad sobre las iniciativas turísticas existentes en la comunidad. En contraste, solo un 8,2 % manifiesta estar de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de la comunidad, la participación activa en iniciativas o proyectos turísticos es reducida, lo que evidencia una débil articulación entre los actores locales y los procesos de desarrollo turístico del distrito. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que gran parte de la población no se siente involucrada ni convocada en este tipo de acciones.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes revela que muchos pobladores no identifican espacios claros de participación o desconocen la existencia de proyectos orientados a fortalecer el turismo, lo que puede estar asociado a una limitada comunicación, organización o liderazgo dentro del sector.

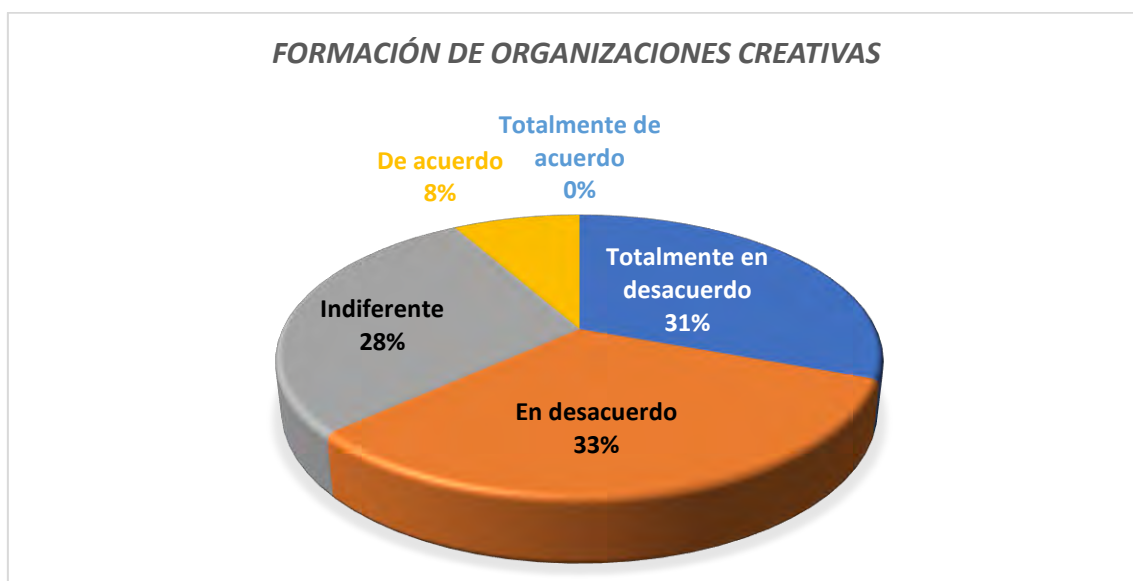
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de promover una mayor inclusión de la comunidad en la planificación y ejecución de iniciativas turísticas, fomentando la participación activa, la capacitación y el trabajo conjunto. Una mayor integración comunitaria permitiría fortalecer el sentido de pertenencia, mejorar la gestión turística y contribuir de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 3: En la comunidad se promueven espacios de trabajo colaborativo para generar nuevas ideas y mejorar el turismo.**

*Tabla 70. Formación de organizaciones creativas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	30	30.6	30.6	30.6
En desacuerdo	32	32.7	32.7	63.3
Indiferente	28	28.6	28.6	91.8
Válido De acuerdo	8	8.2	8.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 52. Formación de organizaciones creativas*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 70 y la Figura 52 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la promoción de espacios de trabajo colaborativo orientados a generar nuevas ideas y mejorar la actividad turística. Los resultados evidencian que una

mayoría de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, concentrándose el 63,3 % entre las categorías totalmente en desacuerdo (30,6 %) y en desacuerdo (32,7 %).

Asimismo, un 28,6 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que indica una percepción neutral o una limitada identificación de espacios colaborativos dentro de la comunidad. En contraste, solo un 8,2 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con la afirmación planteada, sin registrarse respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la promoción de espacios de trabajo colaborativo orientados al desarrollo del turismo es insuficiente o poco visible. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere la ausencia de mecanismos formales o informales que fomenten la cooperación, el intercambio de ideas y la generación de iniciativas innovadoras en el ámbito turístico.

Por otro lado, el porcentaje considerable de respuestas indiferentes evidencia que una parte de la población no reconoce claramente la existencia de organizaciones creativas o espacios colaborativos, lo que podría estar asociado a una débil organización comunitaria, falta de liderazgo o escasa difusión de iniciativas colectivas relacionadas con el turismo.

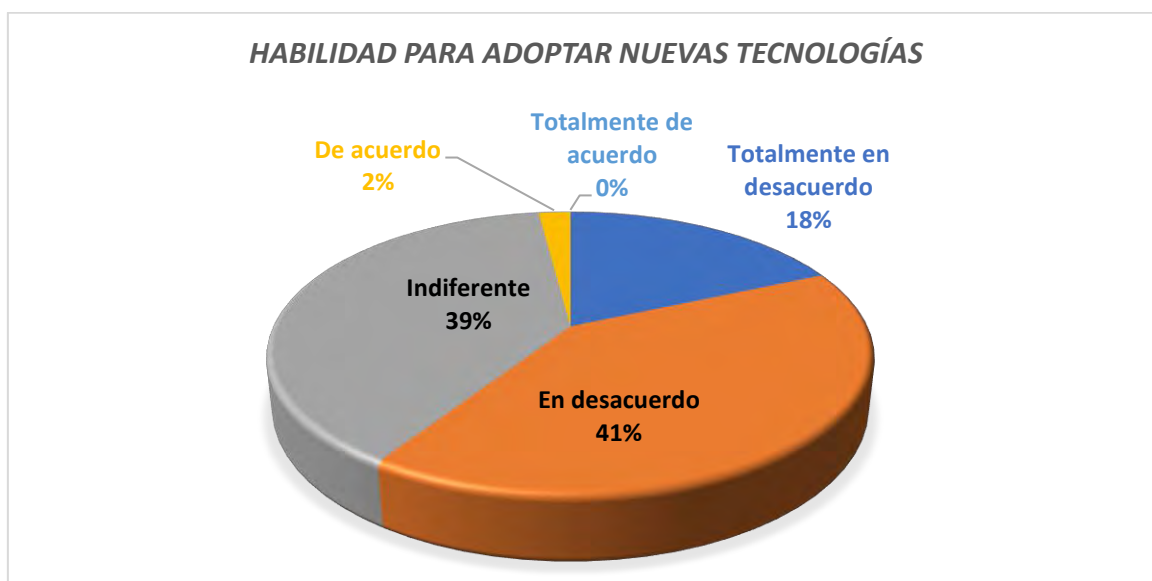
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la creación y promoción de espacios de trabajo colaborativo, que permitan articular a los actores locales, fomentar la innovación y generar propuestas conjuntas orientadas a mejorar la actividad turística. La consolidación de organizaciones creativas contribuiría a dinamizar el turismo local y a fortalecer el desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 4: En el distrito se percibe que el uso de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la actividad turística.**

*Tabla 71. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	18.4	18.4	18.4
En desacuerdo	40	40.8	40.8	59.2
Indiferente	38	38.8	38.8	98.0
Válido De acuerdo	2	2.0	2.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 53. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### Descripción de los resultados

La Tabla 71 y la Figura 53 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la contribución del uso de nuevas tecnologías en la mejora de la actividad turística. Los resultados evidencian que una mayoría de los encuestados

manifiesta una percepción desfavorable, concentrándose el 59,2 % entre las categorías totalmente en desacuerdo (18,4 %) y en desacuerdo (40,8 %).

Asimismo, un 38,8 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que sugiere una percepción neutral o un limitado reconocimiento del impacto de las nuevas tecnologías en el desarrollo del turismo local. En contraste, solo un 2,0 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con la afirmación planteada, sin registrarse respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la adopción de nuevas tecnologías no ha generado mejoras claramente perceptibles en la actividad turística. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere una limitada implementación de herramientas tecnológicas o una escasa apropiación de estas por parte de los actores involucrados en el sector turístico.

Por otro lado, el alto porcentaje de respuestas indiferentes evidencia que una parte importante de la población no identifica claramente el uso de tecnologías aplicadas al turismo, lo que podría estar asociado a brechas digitales, falta de capacitación o una limitada difusión de iniciativas tecnológicas en el distrito.

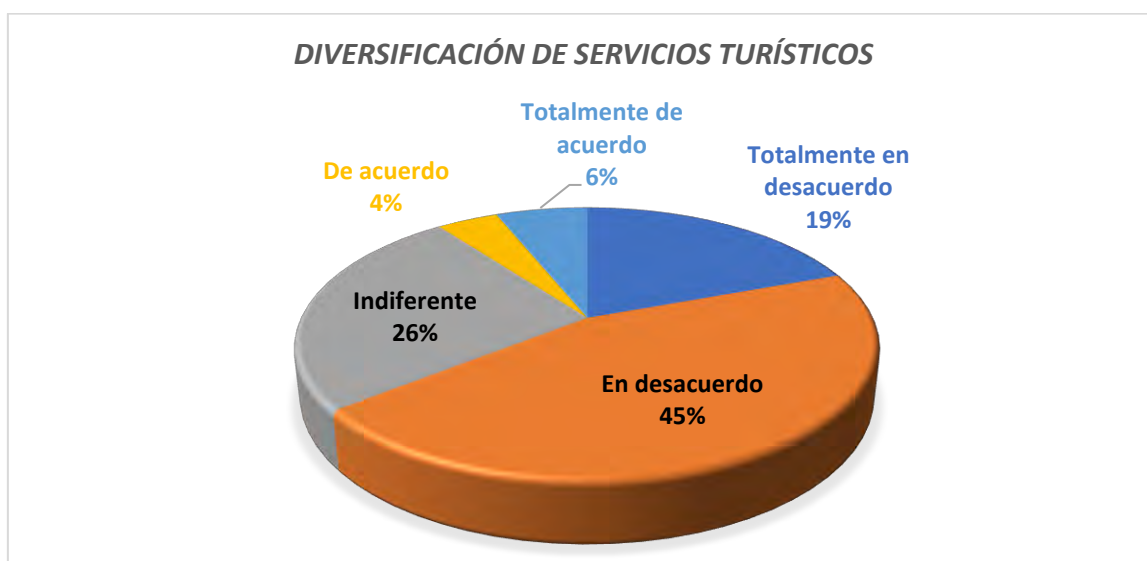
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la adopción y el uso de nuevas tecnologías en el ámbito turístico, acompañadas de procesos de capacitación y sensibilización. La incorporación de herramientas tecnológicas adecuadas podría contribuir a mejorar la gestión turística, la promoción del destino y la experiencia del visitante, favoreciendo así el desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 5. Los servicios turísticos que se ofrecen en la comunidad atienden adecuadamente las necesidades de los visitantes.**

*Tabla 72. Diversificación de servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	19	19.4	19.4	19.4
En desacuerdo	44	44.9	44.9	64.3
Indiferente	25	25.5	25.5	89.8
Válido De acuerdo	4	4.1	4.1	93.9
Totalmente de acuerdo	6	6.1	6.1	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 54. Diversificación de servicios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 72 y la Figura 54 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a si los servicios turísticos ofrecidos en la comunidad atienden adecuadamente las necesidades de los visitantes. Los resultados evidencian que una

mayoría de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, concentrándose el 64,3 % entre las categorías *totalmente en desacuerdo* (19,4 %) y *en desacuerdo* (44,9 %).

Asimismo, un 25,5 % de los pobladores se ubica en la categoría *indiferente*, lo que indica una percepción neutral o una limitada claridad respecto a la adecuación y diversidad de los servicios turísticos existentes. En contraste, solo un 10,2 % de los encuestados manifiesta una percepción positiva, distribuida entre *de acuerdo* (4,1 %) y *totalmente de acuerdo* (6,1 %).

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, los servicios turísticos ofrecidos en la comunidad no atienden de manera adecuada las necesidades de los visitantes. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere una limitada diversificación de la oferta turística, así como posibles deficiencias en la calidad, accesibilidad o pertinencia de los servicios disponibles.

El porcentaje significativo de respuestas indiferentes evidencia que una parte de la población no identifica claramente si los servicios existentes responden a las expectativas de los visitantes, lo que podría estar asociado a una escasa evaluación de la demanda turística o a una limitada retroalimentación entre los prestadores de servicios y los visitantes.

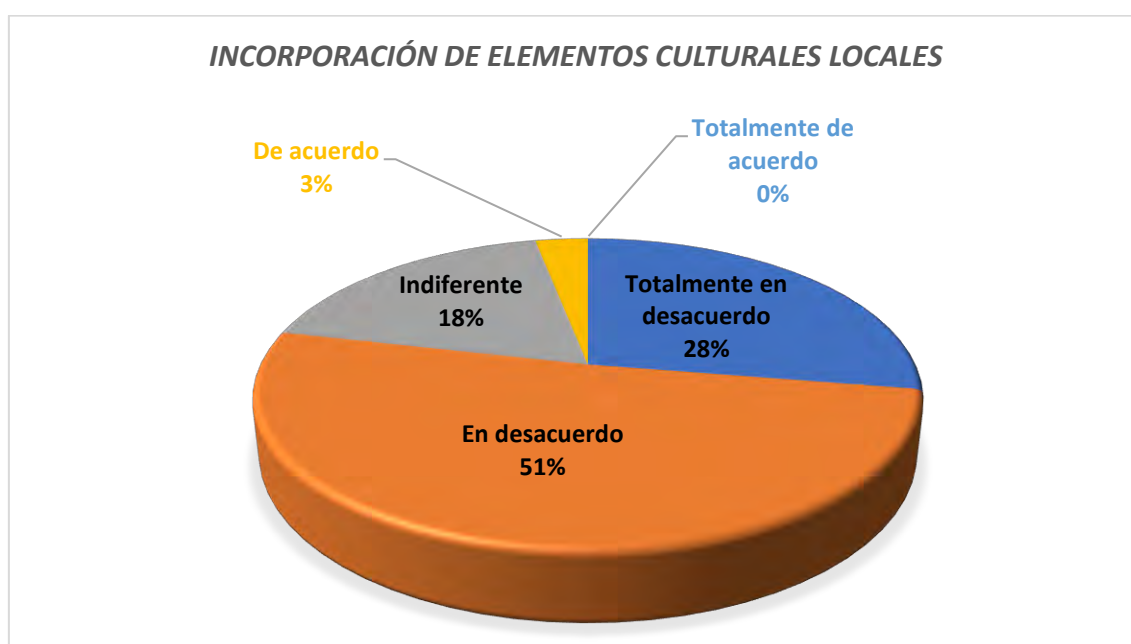
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la diversificación y adecuación de los servicios turísticos, incorporando propuestas que respondan a las necesidades y expectativas de los visitantes. La mejora y ampliación de la oferta turística permitiría elevar la satisfacción del visitante, fortalecer la competitividad del destino y contribuir al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 6. En las actividades turísticas se incorporan elementos de la cultura local, como tradiciones, gastronomía y artesanía.**

*Tabla 73. Incorporación de elementos culturales locales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	27	27.6	27.6	27.6
En desacuerdo	50	51.0	51.0	78.6
Indiferente	18	18.4	18.4	96.9
Válido De acuerdo	3	3.1	3.1	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 55. Incorporación de elementos culturales locales*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 73 y la Figura 55 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los pobladores sobre la incorporación de elementos de la cultura local como

tradiciones, gastronomía y artesanía en las actividades turísticas del distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 51,0 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo y el 27,6 % totalmente en desacuerdo, lo que representa una clara mayoría con percepción negativa.

Asimismo, el 18,4 % de los pobladores manifiesta una posición indiferente, mientras que solo el 3,1 % señala estar de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo, lo que evidencia que la presencia de elementos culturales locales en la actividad turística es percibida como limitada por la población.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la perspectiva de los pobladores, las actividades turísticas en el distrito de Ccorcca aún no integran de manera adecuada los elementos propios de la cultura local. La alta concentración de respuestas en las categorías de desacuerdo sugiere que las tradiciones, la gastronomía y la artesanía del lugar no están siendo aprovechadas plenamente dentro de la oferta turística.

Asimismo, la presencia de respuestas indiferentes podría indicar que algunos pobladores perciben una incorporación ocasional o poco visible de estos elementos culturales. Esto podría estar relacionado con la falta de iniciativas que articulen el turismo con las manifestaciones culturales de la comunidad.

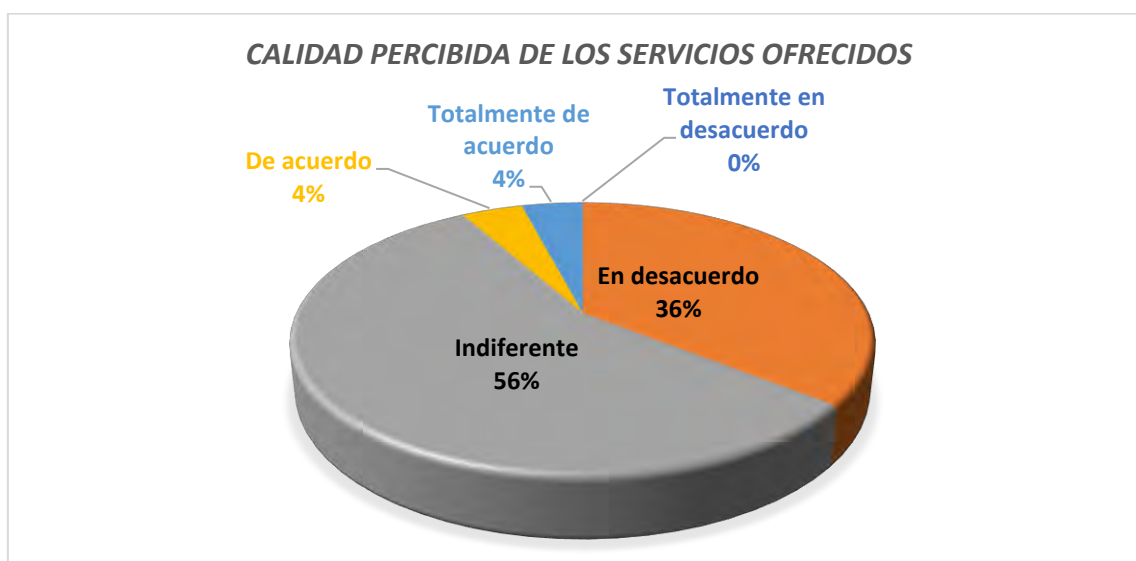
En este sentido, fortalecer la integración de la cultura local en las experiencias turísticas podría contribuir no solo a enriquecer la oferta del destino, sino también a revalorar la identidad cultural del distrito y generar mayores oportunidades de participación económica para la población local.

**Pregunta 7. Se considera que la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en la comunidad es adecuada para los visitantes.**

*Tabla 74. Calidad percibida de los servicios ofrecidos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	35	35.7	35.7	35.7
Indiferente	55	56.1	56.1	91.8
Válido De acuerdo	4	4.1	4.1	95.9
Totalmente de acuerdo	4	4.1	4.1	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 56. Calidad percibida de los servicios ofrecidos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 74 y la Figura 56 muestran la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en la comunidad. Los resultados evidencian que la mayoría de los encuestados presenta una percepción neutral,

ya que el 56,1 % se ubica en la categoría *indiferente*.

Asimismo, un 35,7 % de los pobladores manifiesta una percepción negativa al situarse en la categoría *en desacuerdo*. En contraste, un 8,2 % expresa una percepción positiva, distribuida entre *de acuerdo* (4,1 %) y *totalmente de acuerdo* (4,1 %). No se registran respuestas en la categoría *totalmente en desacuerdo*.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la calidad de los servicios turísticos no es claramente identificada como adecuada, predominando una postura neutral acompañada de un porcentaje significativo de percepciones desfavorables. La elevada presencia de respuestas indiferentes sugiere que los pobladores no cuentan con criterios claros o experiencias suficientes que les permitan evaluar de manera objetiva la calidad de los servicios ofrecidos.

La proporción de respuestas en desacuerdo evidencia la existencia de debilidades en la prestación de los servicios turísticos, las cuales podrían estar relacionadas con aspectos como la atención al visitante, la infraestructura, la organización del servicio o la capacitación del personal. Por su parte, el reducido porcentaje de respuestas positivas indica que solo una minoría percibe la calidad del servicio como adecuada para satisfacer las expectativas de los visitantes.

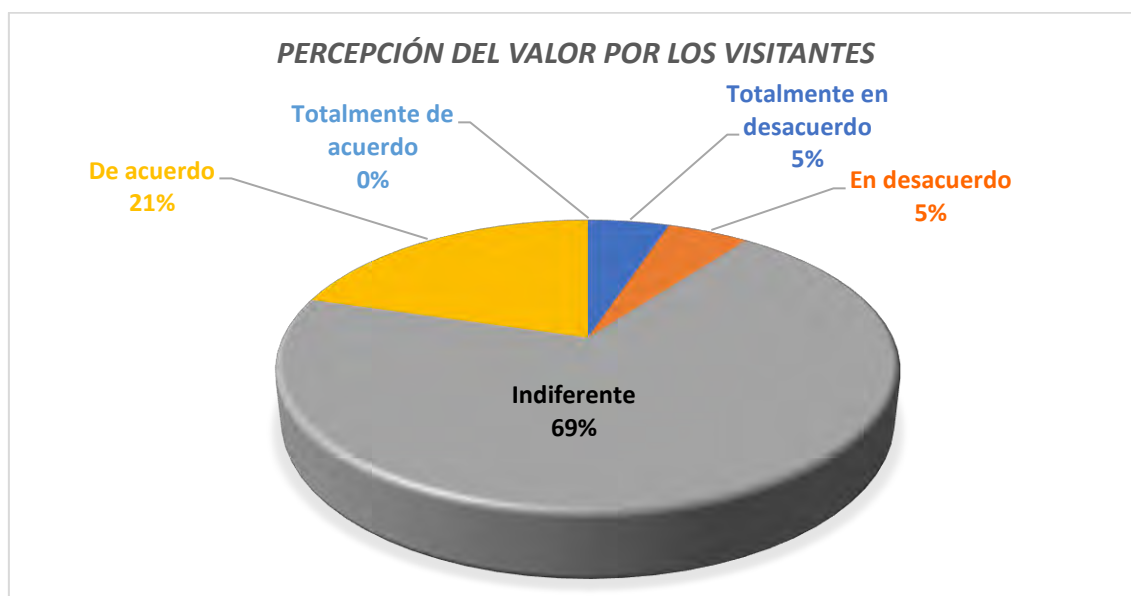
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la gestión de la calidad de los servicios turísticos, mediante procesos de capacitación, estandarización y mejora continua. Mejorar la calidad percibida permitiría incrementar la satisfacción del visitante, fortalecer la competitividad del destino y contribuir de manera sostenida al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 8. Se percibe que los servicios turísticos ofrecidos en Ccorcca tienen una adecuada relación calidad–precio.**

*Tabla 75. Percepción del valor por los visitantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	5.1	5.1	5.1
En desacuerdo	5	5.1	5.1	10.2
Indiferente	68	69.4	69.4	79.6
Válido De acuerdo	20	20.4	20.4	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 57. Percepción del valor por los visitantes*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 75 y la Figura 57 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes respecto a la relación calidad–precio de los servicios turísticos ofrecidos en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que la mayor proporción

de encuestados, correspondiente al 69,4 %, se ubica en la categoría indiferente, lo que indica una percepción neutral respecto al valor de los servicios turísticos.

Asimismo, el 20,4 % de los visitantes manifiesta estar de acuerdo con que los servicios turísticos presentan una adecuada relación calidad–precio. Por otro lado, un 5,1 % se encuentra en desacuerdo y otro 5,1 % totalmente en desacuerdo. Cabe señalar que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

En conjunto, los resultados evidencian una predominancia de percepciones neutrales entre los visitantes respecto al valor de los servicios turísticos ofrecidos en el distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que los visitantes mantienen una percepción mayormente neutral respecto a la relación entre la calidad y el precio de los servicios turísticos en Ccorcca. El predominio de respuestas en la categoría indiferente sugiere que, si bien los servicios no generan una percepción claramente negativa, tampoco logran consolidar una valoración plenamente positiva en los visitantes.

Asimismo, la proporción de visitantes que manifiesta desacuerdo indica que existe un grupo que percibe que el costo de los servicios podría no corresponder plenamente con la calidad recibida. Este aspecto podría estar relacionado con factores como la infraestructura turística, la variedad de servicios o la experiencia general del visitante.

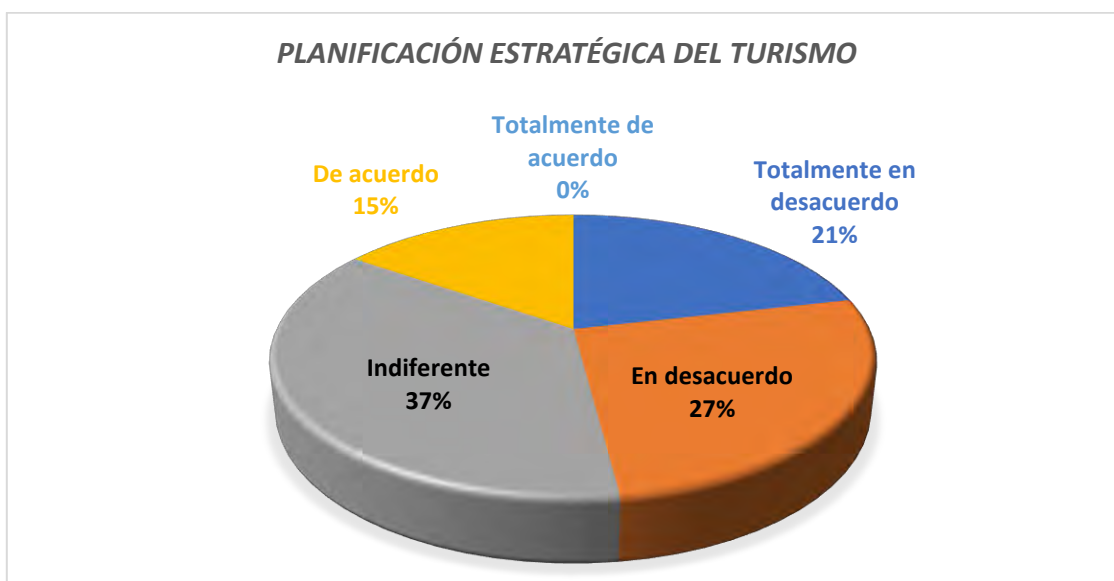
En este contexto, los resultados sugieren la necesidad de fortalecer la calidad de los servicios turísticos y mejorar la propuesta de valor del destino, de manera que los visitantes perciban con mayor claridad que los servicios ofrecidos justifican el precio pagado. Ello contribuiría a mejorar la satisfacción del visitante y a fortalecer la competitividad turística del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 9. Las actividades turísticas en la comunidad se desarrollan siguiendo una planificación organizada.**

*Tabla 76. Planificación estratégica del turismo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	21	21.4	21.4	21.4
En desacuerdo	26	26.5	26.5	48.0
Indiferente	36	36.7	36.7	84.7
Válido De acuerdo	15	15.3	15.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	21	21.4	21.4	21.4

*Figura 58. Planificación estratégica del turismo*



*Fuente: Base de datos SPSS*

**Descripción de los resultados**

La Tabla 76 y la Figura 58 muestran la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto al nivel de planificación en el desarrollo de las actividades turísticas de la comunidad. Los resultados evidencian que una proporción importante de los

encuestados presenta una percepción neutral, ya que el 36,7 % se ubica en la categoría *indiferente*.

Asimismo, un 48,0 % de los pobladores manifiesta una percepción desfavorable, concentrándose en las categorías *totalmente en desacuerdo* (21,4 %) y *en desacuerdo* (26,5 %). En contraste, un 15,3 % expresa una percepción favorable al situarse en la categoría *de acuerdo*. No se registran respuestas en la categoría *totalmente de acuerdo*.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, las actividades turísticas no se desarrollan bajo una planificación claramente estructurada, predominando opiniones negativas y neutrales. La elevada proporción de respuestas en desacuerdo sugiere la existencia de debilidades en los procesos de planificación, coordinación y gestión del turismo a nivel local.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes revela que una parte de la población no identifica planes, lineamientos o estrategias claras que orienten el desarrollo turístico de la comunidad, lo que podría estar asociado a una limitada comunicación institucional o a la ausencia de mecanismos de participación comunitaria en la planificación turística.

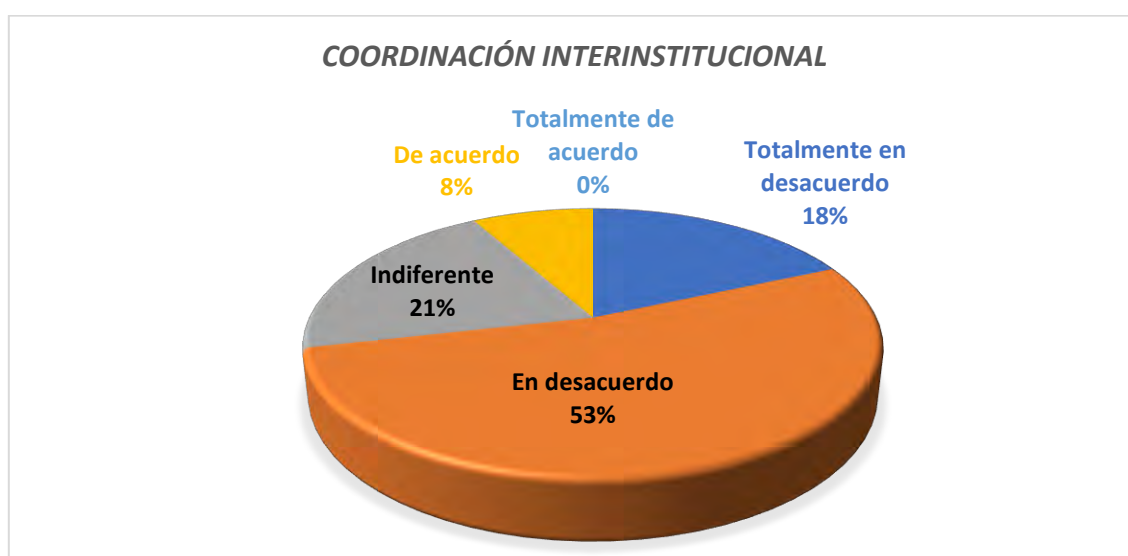
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la planificación estratégica del turismo, incorporando a los actores locales en los procesos de diagnóstico, formulación y ejecución de planes turísticos. Una planificación organizada y participativa permitiría optimizar el uso de los recursos, mejorar la calidad de la oferta turística y contribuir de manera sostenida al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 10. Existe coordinación entre la comunidad y las autoridades u organizaciones para el desarrollo del turismo.**

*Tabla 77. Coordinación interinstitucional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	18.4	18.4	18.4
En desacuerdo	52	53.1	53.1	71.4
Indiferente	20	20.4	20.4	91.8
Válido De acuerdo	8	8.2	8.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 59. Coordinación interinstitucional*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 77 y la Figura 59 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la coordinación existente entre la comunidad y las autoridades u organizaciones para el desarrollo del turismo. Los resultados evidencian que una mayoría

significativa mantiene una percepción desfavorable, ya que el 71,4 % de los encuestados se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (18,4 %) y en desacuerdo (53,1 %).

Asimismo, un 20,4 % de los pobladores se ubica en una posición indiferente, lo que refleja una percepción neutral o un desconocimiento sobre los mecanismos de coordinación interinstitucional existentes. En contraste, solo un 8,2 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la coordinación entre la comunidad y las autoridades u organizaciones vinculadas al turismo es limitada o poco efectiva. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere debilidades en los procesos de articulación, comunicación y trabajo conjunto entre los actores locales e institucionales.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes evidencia que parte de la población no identifica acciones coordinadas ni espacios formales de interacción para el desarrollo turístico, lo que puede estar asociado a una escasa participación comunitaria o a la falta de información sobre los esfuerzos institucionales.

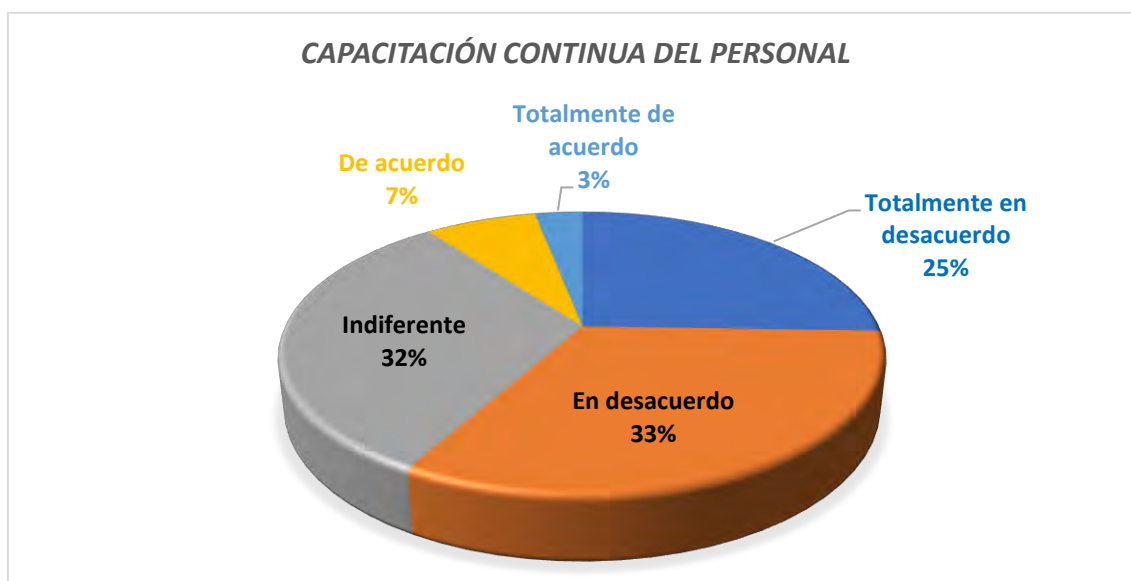
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la coordinación interinstitucional, promoviendo mecanismos de diálogo, planificación conjunta y participación activa de la comunidad. Una articulación efectiva entre los actores locales y las autoridades permitiría optimizar la gestión del turismo, mejorar la competitividad del destino y contribuir de manera sostenida al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 11. Las personas que brindan servicios turísticos reciben capacitación para mejorar la atención al visitante.**

*Tabla 78. Capacitación continua del personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en +desacuerdo	25	25.0	25.0	25.0
En desacuerdo	32	61.0	61.0	86.0
Indiferente	31	4.0	4.0	90.0
Válido De acuerdo	7	7.0	7.0	97.0
Totalmente de acuerdo	3	3.0	3.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 60. Capacitación continua del personal*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 78 y la Figura 60 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la capacitación que reciben las personas que brindan servicios turísticos para mejorar la atención al visitante. Los resultados evidencian una percepción

mayoritariamente negativa, ya que el 86,0 % de los encuestados se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (25,0 %) y en desacuerdo (61,0 %).

Asimismo, un 4,0 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o desconocimiento sobre los procesos de capacitación existentes. En contraste, solo un 10,0 % manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (7,0 %) y totalmente de acuerdo (3,0 %).

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, las personas que brindan servicios turísticos no reciben capacitación continua ni sistemática para mejorar la atención al visitante. La elevada proporción de respuestas en desacuerdo evidencia una clara debilidad en la formación del capital humano vinculado al sector turístico.

La limitada presencia de respuestas favorables sugiere que los esfuerzos de capacitación, de existir, son insuficientes, esporádicos o no alcanzan a la mayoría de los prestadores de servicios turísticos. Esta situación puede afectar negativamente la calidad del servicio, la satisfacción del visitante y la imagen del destino.

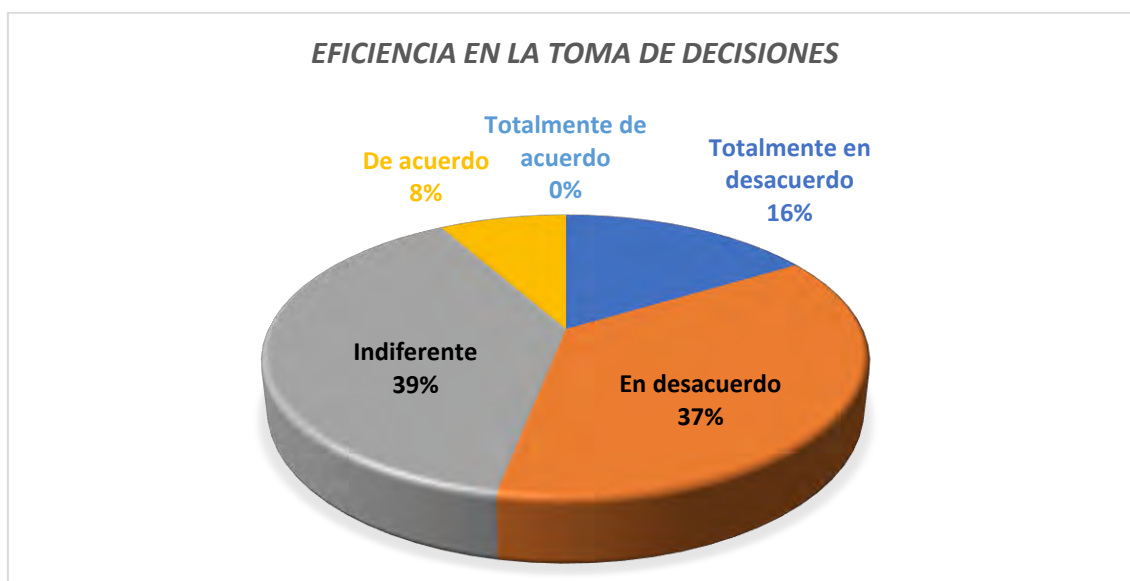
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad urgente de implementar programas de capacitación en atención al cliente y calidad del servicio, orientados a fortalecer las competencias del personal turístico. La capacitación continua constituye un elemento estratégico para mejorar la competitividad del destino y contribuir de manera sostenible al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca, lo cual justifica plenamente la propuesta planteada en la presente investigación.

**Pregunta 12. Se considera que las decisiones relacionadas con el turismo se toman oportunamente para mejorar la actividad turística.**

*Tabla 79. Eficiencia en la toma de decisiones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	16.3	16.3	16.3
En desacuerdo	36	36.7	36.7	53.1
Indiferente	38	38.8	38.8	91.8
Válido De acuerdo	8	8.2	8.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 61. Eficiencia en la toma de decisiones*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 79 y la Figura 61 muestran la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la oportunidad en la toma de decisiones relacionadas con el turismo. Los resultados evidencian que una mayoría de los encuestados mantiene una percepción

neutral o desfavorable, ya que el 53,1 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (16,3 %) y en desacuerdo (36,7 %).

Asimismo, un 38,8 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o falta de información sobre los procesos de toma de decisiones en el ámbito turístico. En contraste, solo un 8,2 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, las decisiones relacionadas con el turismo no se toman de manera oportuna ni eficiente, predominando opiniones negativas y neutrales. La elevada proporción de respuestas en desacuerdo sugiere debilidades en los procesos de gestión, liderazgo y capacidad de respuesta frente a las necesidades del sector turístico.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes evidencia que una parte de la población no identifica con claridad quiénes toman las decisiones, cómo se adoptan ni en qué momento se implementan, lo que puede estar asociado a una limitada transparencia o comunicación institucional.

En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer los mecanismos de toma de decisiones en el ámbito turístico, promoviendo procesos más participativos, oportunos y articulados. Mejorar la eficiencia en la toma de decisiones permitiría responder con mayor rapidez a los desafíos del turismo local, optimizar la gestión del destino y contribuir al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

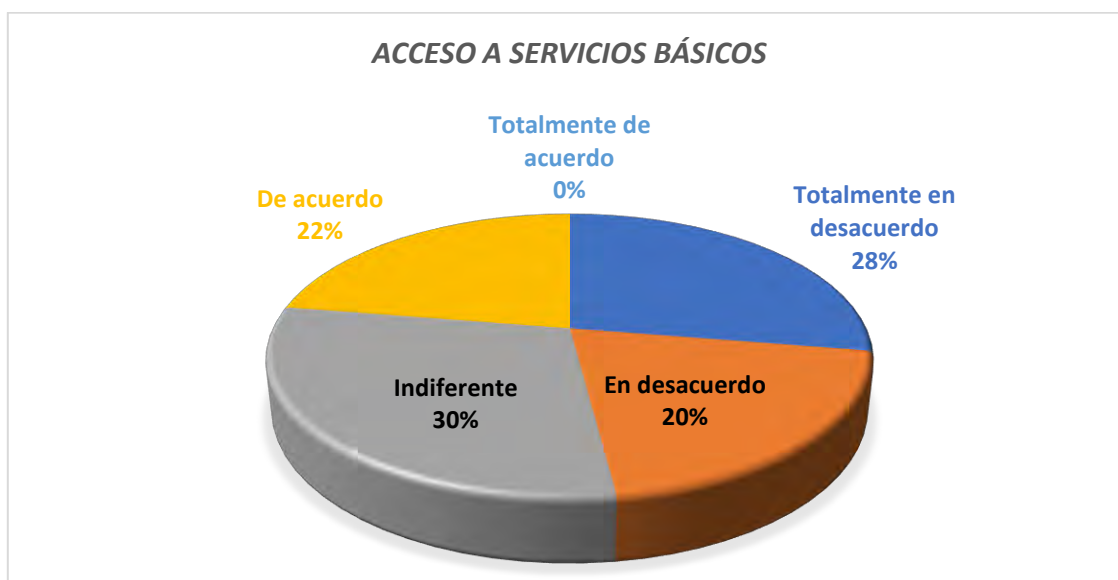
## B. Desarrollo Socioeconómico

**Pregunta 13. El distrito cuenta con servicios básicos adecuados que favorecen el desarrollo de la actividad turística.**

**Tabla 80. Acceso a servicios básicos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	27	27.6	27.6	27.6
En desacuerdo	20	20.4	20.4	48.0
Indiferente	29	29.6	29.6	77.6
Válido De acuerdo	22	22.4	22.4	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 62. Acceso a servicios básicos**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 80 y la Figura 62 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto al acceso y adecuación de los servicios básicos que favorecen el

desarrollo de la actividad turística. Los resultados evidencian una percepción dividida, ya que el 48,0 % de los encuestados manifiesta una percepción desfavorable al ubicarse entre totalmente en desacuerdo (27,6 %) y en desacuerdo (20,4 %), un 29,6 % de los pobladores se posiciona en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una evaluación ambigua sobre la suficiencia de los servicios básicos. En contraste, un 22,4 % expresa una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, los servicios básicos no son plenamente adecuados ni suficientes para favorecer de manera óptima el desarrollo de la actividad turística. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere deficiencias en aspectos clave como el acceso al agua potable, saneamiento, energía eléctrica, vías de comunicación u otros servicios fundamentales para la atención del visitante.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes refleja que parte de la población no percibe claramente mejoras o cambios significativos en la provisión de servicios básicos, lo que podría estar asociado a desigualdades en la cobertura o calidad de dichos servicios dentro del distrito.

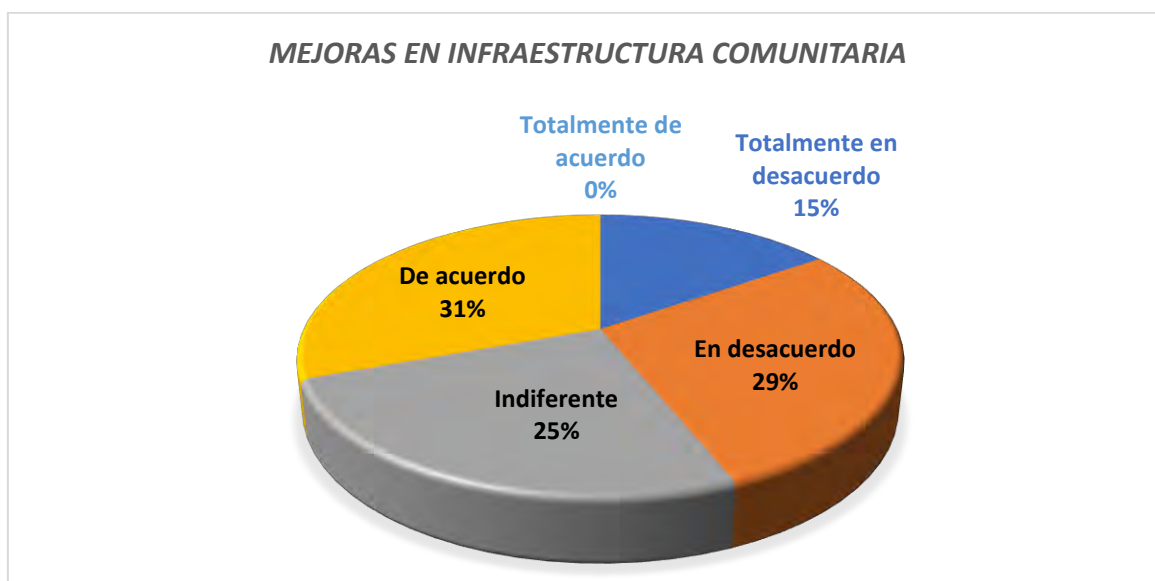
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la infraestructura y los servicios básicos como condición indispensable para el desarrollo socioeconómico y turístico del distrito de Ccorcca. Mejorar estos servicios permitiría elevar la calidad de vida de la población local, optimizar la experiencia del visitante y generar condiciones más favorables para el crecimiento sostenible de la actividad turística.

**Pregunta 14. La infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en Ccorcca.**

*Tabla 81. Mejoras en infraestructura comunitaria*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	15.0	15.0	15.0
En desacuerdo	28	48.0	48.0	63.0
Indiferente	25	26.0	26.0	89.0
Válido De acuerdo	30	11.0	11.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 63. Mejoras en infraestructura comunitaria*



*Fuente: Base de datos SPSS*

**Descripción de los resultados**

La Tabla 81 y la Figura 63 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la contribución de la infraestructura comunitaria al desarrollo del turismo. Los resultados muestran que una mayoría de los encuestados manifiesta una

percepción desfavorable, ya que el 63,0 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (15,0 %) y en desacuerdo (48,0 %).

Asimismo, un 26,0 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una evaluación ambigua sobre el impacto de la infraestructura comunitaria en la actividad turística. En contraste, solo un 11,0 % expresa una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la infraestructura comunitaria no contribuye de manera significativa al desarrollo del turismo. La elevada proporción de respuestas negativas evidencia deficiencias en la calidad, cobertura o adecuación de la infraestructura, tales como vías de acceso, señalización, espacios públicos, equipamiento turístico u otras instalaciones necesarias para la atención de los visitantes.

La presencia de respuestas indiferentes sugiere que parte de la población no percibe mejoras sustanciales o no identifica una relación directa entre la infraestructura existente y el desarrollo turístico, lo que podría estar asociado a la falta de mantenimiento, planificación o inversión sostenida en este ámbito.

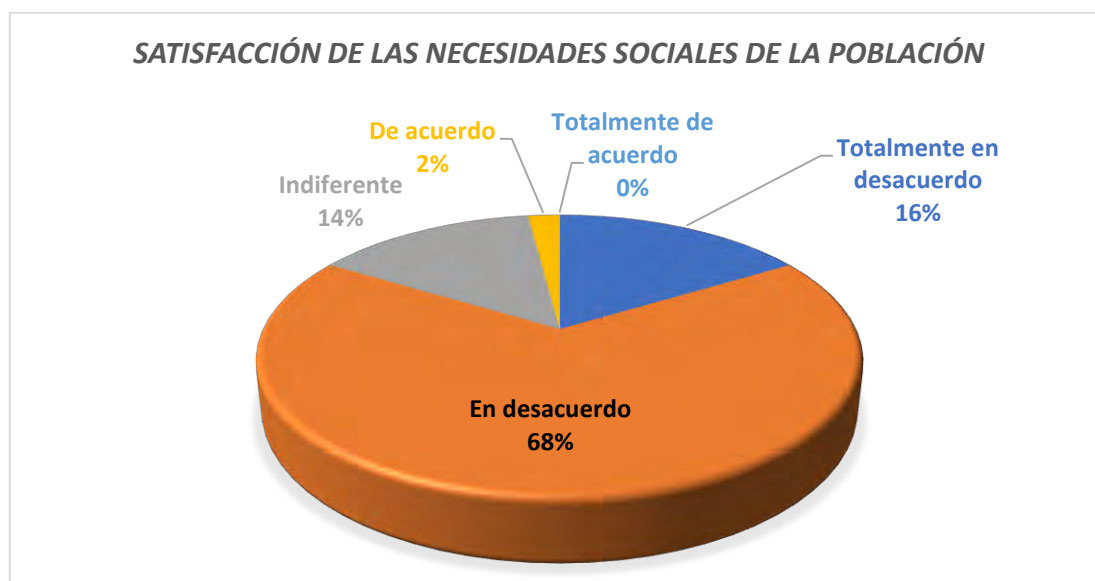
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de impulsar mejoras en la infraestructura comunitaria, orientadas a fortalecer el desarrollo turístico y socioeconómico del distrito de Ccorcca. La inversión en infraestructura adecuada permitiría mejorar la experiencia del visitante, incrementar la competitividad del destino y generar mayores oportunidades de desarrollo para la población local.

**Pregunta 15. El desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población local.**

*Tabla 82. Satisfacción de las necesidades sociales de la población*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	16.3	16.3	16.3
En desacuerdo	66	67.3	67.3	83.7
Indiferente	14	14.3	14.3	98.0
Válido De acuerdo	2	2.0	2.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 64. Satisfacción de las necesidades sociales de la población*



*Fuente: Base de datos SPSS*

**Descripción de los resultados**

La Tabla 82 y la Figura 64 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la contribución del desarrollo turístico a la mejora de la calidad de vida de la población local. Los resultados evidencian que una amplia mayoría de los

encuestados mantiene una percepción desfavorable, ya que el 83,7 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (16,3 %) y en desacuerdo (67,3 %).

Asimismo, un 14,3 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o incertidumbre sobre los efectos del turismo en la calidad de vida local. En contraste, solo un 2,0 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, el desarrollo del turismo no ha generado mejoras significativas en la calidad de vida de la población local. La elevada proporción de respuestas negativas evidencia que los beneficios económicos y sociales del turismo no son percibidos de manera equitativa o tangible por la comunidad.

La limitada presencia de respuestas favorables sugiere que el impacto positivo del turismo en aspectos como el empleo, los ingresos, el acceso a servicios o el bienestar social es reducido o poco visible. Asimismo, la presencia de respuestas indiferentes podría estar asociada a la falta de información o a una percepción de beneficios indirectos que no se traducen en mejoras concretas para la población.

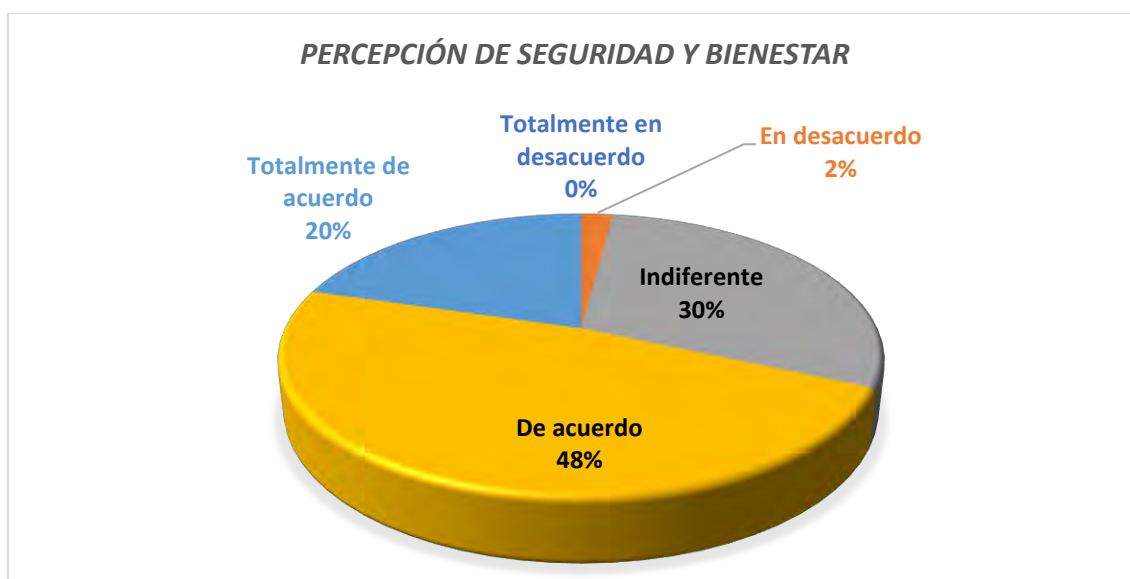
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de reorientar las estrategias de desarrollo turístico, promoviendo un enfoque más inclusivo y sostenible que priorice la participación comunitaria y la distribución equitativa de los beneficios. Fortalecer la articulación entre el turismo y el desarrollo socioeconómico permitiría mejorar la calidad de vida de la población local y consolidar al turismo como un motor de desarrollo para el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 16. El distrito ofrece un entorno seguro y confortable para los visitantes.**

**Tabla 83. Percepción de seguridad y bienestar**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	2	2.0	2.0	2.0
Indiferente	29	29.6	29.6	31.6
Válido De acuerdo	47	48.0	48.0	79.6
Totalmente de acuerdo	20	20.4	20.4	100.0
Total	98	100.0	100.0	

**Figura 65. Percepción de seguridad y bienestar**



**Fuente:** Base de datos SPSS

**Descripción de los resultados**

La Tabla 83 y la Figura 65 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la seguridad y el bienestar que ofrece el entorno para los visitantes.

Los resultados muestran una percepción mayoritariamente favorable, ya que el 68,4 % de

los encuestados se concentra entre las categorías de acuerdo (48,0 %) y totalmente de acuerdo (20,4 %).

Asimismo, un 29,6 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una evaluación moderada sobre las condiciones de seguridad y confort del distrito. En contraste, solo un 2,0 % manifiesta una percepción desfavorable al situarse en la categoría en desacuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente en desacuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, el distrito ofrece un entorno mayoritariamente seguro y confortable para los visitantes, lo cual constituye una fortaleza importante para el desarrollo de la actividad turística. La elevada proporción de respuestas favorables sugiere que existen condiciones adecuadas de seguridad, tranquilidad y bienestar que contribuyen a una experiencia positiva del visitante.

La presencia de respuestas indiferentes podría estar asociada a percepciones diferenciadas según zonas específicas del distrito o a la ausencia de información clara sobre las medidas de seguridad existentes. No obstante, el reducido porcentaje de respuestas desfavorables evidencia que la inseguridad no es percibida como un problema relevante por la mayoría de la población.

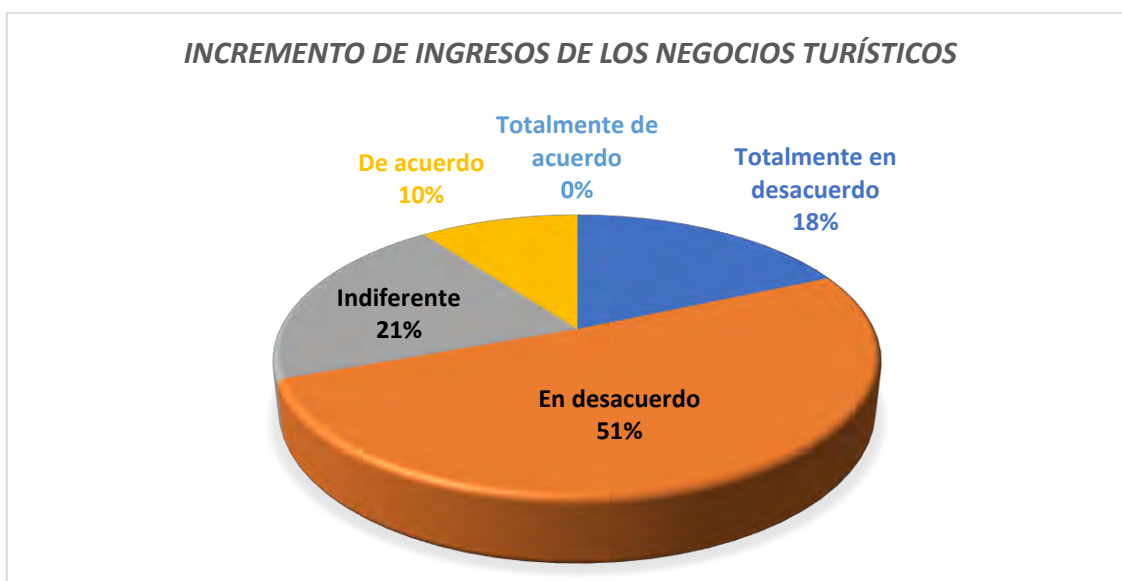
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la importancia de consolidar y fortalecer las condiciones de seguridad y confort, incorporándolas como un eje estratégico en la gestión turística del distrito. Mantener un entorno seguro y agradable contribuirá a incrementar la satisfacción del visitante, fortalecer la imagen del destino y favorecer el desarrollo socioeconómico sostenible de Ccorcca.

**Pregunta 17. El turismo ha contribuido a incrementar los ingresos económicos de las familias de la comunidad.**

*Tabla 84. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	18.4	18.4	18.4
En desacuerdo	50	51.0	51.0	69.4
Indiferente	20	20.4	20.4	89.8
Válido De acuerdo	10	10.2	10.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 66. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 84 y la Figura 66 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la contribución del turismo en el incremento de los ingresos económicos de las familias de la comunidad. Los resultados evidencian que una mayoría

de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, ya que el 69,4 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (18,4 %) y en desacuerdo (51,0 %), un 20,4 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una valoración ambigua sobre los beneficios económicos generados por el turismo. En contraste, solo un 10,2 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, el turismo no ha generado un incremento significativo en los ingresos económicos de las familias de la comunidad. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que los beneficios económicos del turismo son limitados, poco visibles o concentrados en determinados actores, sin alcanzar de manera generalizada a la población local.

La presencia de respuestas indiferentes evidencia que una parte de los pobladores no percibe cambios sustanciales en su situación económica asociados al desarrollo turístico, lo que puede estar relacionado con la informalidad del sector, la escasa diversificación de la oferta turística o la falta de oportunidades de participación económica para la comunidad.

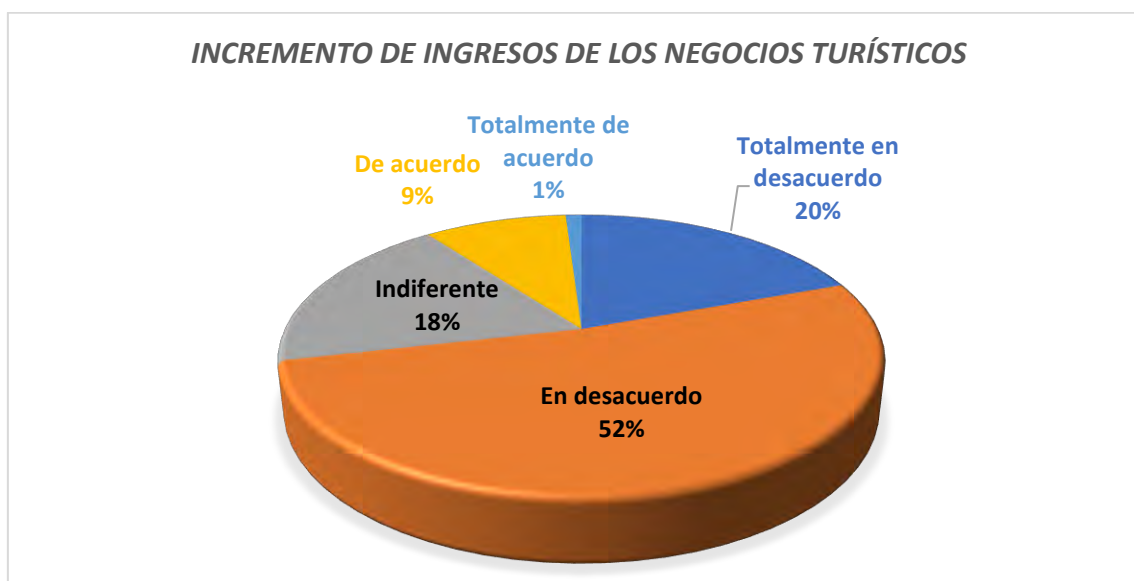
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer estrategias que permitan una mayor inclusión económica de la población local en la actividad turística, promoviendo la generación de empleo, el emprendimiento comunitario y la articulación de los negocios locales. De este modo, el turismo podría consolidarse como un verdadero motor de desarrollo socioeconómico para el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 18. Se considera que el turismo es una fuente importante de ingreso para la población local.**

*Tabla 85. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	19	19.4	19.4	19.4
En desacuerdo	51	52.0	52.0	71.4
Indiferente	18	18.4	18.4	89.8
Válido De acuerdo	9	9.2	9.2	99.0
Totalmente de acuerdo	1	1.0	1.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 67. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 85 y la Figura 67 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la importancia del turismo como fuente de ingreso para la población local. Los resultados evidencian que una mayoría significativa mantiene una percepción

desfavorable, ya que el 71,4 % de los encuestados se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (19,4 %) y en desacuerdo (52,0 %).

Asimismo, un 18,4 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una valoración ambigua sobre el rol económico del turismo en la comunidad. En contraste, solo un 10,2 % manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (9,2 %) y totalmente de acuerdo (1,0 %).

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, el turismo no es considerado una fuente importante de ingreso para la mayoría de la población local. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que la actividad turística aún no ha logrado consolidarse como un sector económico relevante o generador de ingresos sostenibles para las familias del distrito.

La presencia de respuestas indiferentes evidencia que parte de la población no percibe claramente los beneficios económicos del turismo o considera que estos son limitados, inestables o concentrados en determinados actores. El reducido porcentaje de percepciones favorables refuerza la idea de que el impacto económico del turismo en la comunidad es aún incipiente.

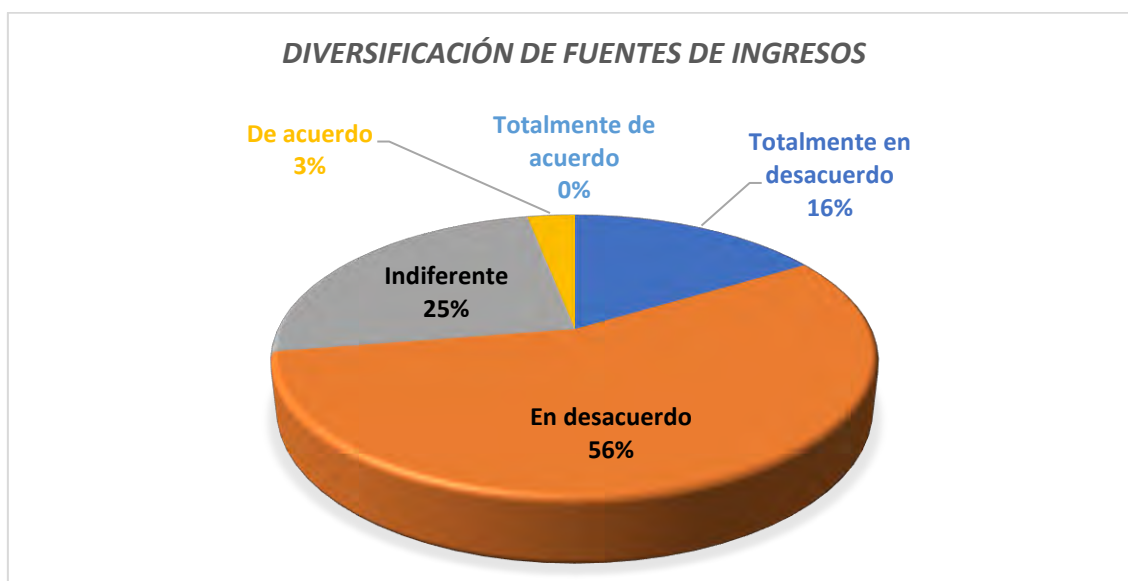
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de impulsar estrategias que fortalezcan el rol del turismo como actividad económica, promoviendo la diversificación de la oferta turística, el emprendimiento local y la generación de oportunidades de ingreso para la población. Consolidar al turismo como una fuente importante de ingreso permitiría contribuir de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 19. La diversificación de actividades turísticas ha mejorado la estabilidad económica de la comunidad.**

*Tabla 86. Diversificación de fuentes de ingresos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	16.3	16.3	16.3
En desacuerdo	55	56.1	56.1	72.4
Indiferente	24	24.5	24.5	96.9
Válido De acuerdo	3	3.1	3.1	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 68. Diversificación de fuentes de ingresos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

**Descripción de los resultados**

La Tabla 86 y la Figura 68 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a si la diversificación de las actividades turísticas ha contribuido a mejorar la estabilidad económica de la comunidad. Los resultados evidencian que una

mayoría de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, ya que el 72,4 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (16,3 %) y en desacuerdo (56,1 %) un 24,5 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una valoración ambigua sobre los efectos de la diversificación turística en la economía local. En contraste, solo un 3,1 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la diversificación de las actividades turísticas no ha logrado mejorar de manera significativa la estabilidad económica de la comunidad. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que la oferta turística es limitada, poco variada o no genera ingresos sostenibles que contribuyan a reducir la vulnerabilidad económica de la población.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes podría estar asociada a la falta de información sobre iniciativas de diversificación turística o a la percepción de que estas actividades no tienen un impacto directo en la economía familiar. El escaso porcentaje de respuestas favorables refuerza la idea de que la diversificación turística aún no se consolida como una estrategia efectiva de desarrollo económico local.

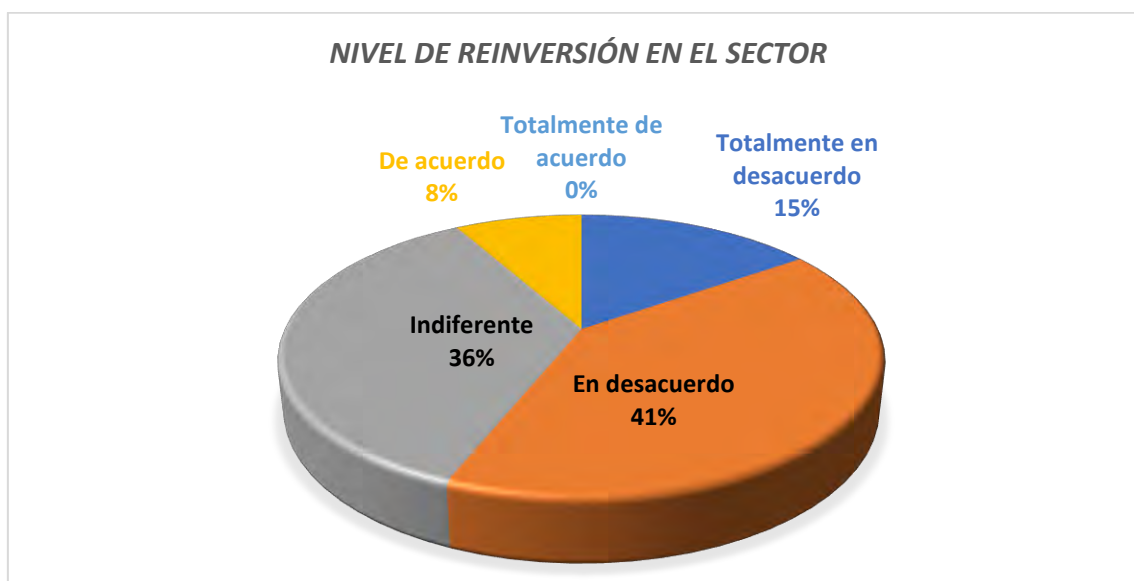
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de impulsar la diversificación de las actividades turísticas, promoviendo nuevos productos, experiencias y servicios que generen oportunidades económicas para la población local. Una mayor diversificación permitiría fortalecer la estabilidad económica de la comunidad y potenciar el turismo como eje del desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 20. La reinversión en infraestructura turística ha contribuido a mejorar el desarrollo económico local.**

*Tabla 87. Nivel de reinversión en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	15.3	15.3	15.3
En desacuerdo	40	40.8	40.8	56.1
Indiferente	35	35.7	35.7	91.8
Válido De acuerdo	8	8.2	8.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 69. Nivel de reinversión en el sector*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 87 y la Figura 69 muestran la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la contribución de la reinversión en infraestructura turística al desarrollo económico local. Los resultados evidencian que una mayoría de los

encuestados presenta una percepción desfavorable, ya que el 56,1 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (15,3 %) y en desacuerdo (40,8 %).

Asimismo, un 35,7 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una evaluación ambigua sobre los efectos de la reinversión en infraestructura turística. En contraste, solo un 8,2 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la reinversión en infraestructura turística no ha generado un impacto claramente perceptible en el desarrollo económico local. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que los recursos generados por la actividad turística no se reinvierten de manera suficiente, sistemática o equitativa en mejoras que beneficien directamente a la comunidad.

La presencia de un porcentaje significativo de respuestas indiferentes evidencia que una parte de la población no identifica acciones concretas de reinversión o desconoce los proyectos ejecutados en el sector turístico, lo cual podría estar asociado a una limitada transparencia, difusión o participación comunitaria en la gestión de los recursos.

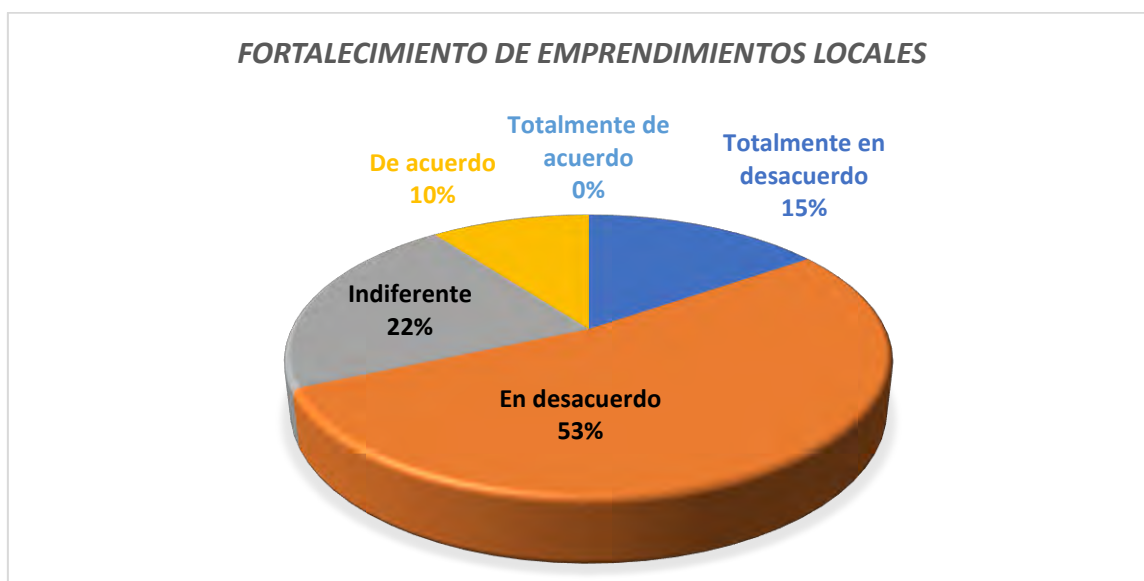
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer los mecanismos de reinversión en infraestructura turística, priorizando proyectos que generen impactos económicos y sociales visibles para la población local. Una reinversión planificada y orientada al desarrollo permitiría dinamizar la economía local, mejorar la competitividad del destino y consolidar al turismo como un eje de desarrollo socioeconómico sostenible en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 21: La comunidad recibe apoyo técnico o financiero para mejorar la actividad turística.**

*Tabla 88. Fortalecimiento de emprendimientos locales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	15.3	15.3	15.3
En desacuerdo	52	53.1	53.1	68.4
Indiferente	21	21.4	21.4	89.8
Válido De acuerdo	10	10.2	10.2	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 70. Fortalecimiento de emprendimientos locales*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 88 y la Figura 70 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto al apoyo técnico o financiero que recibe la comunidad para mejorar la actividad turística. Los resultados evidencian que una mayoría significativa de los

encuestados mantiene una percepción desfavorable, ya que el 68,4 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (15,3 %) y en desacuerdo (53,1 %).

Asimismo, un 21,4 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una valoración ambigua sobre la existencia de apoyo técnico o financiero en el sector turístico. En contraste, solo un 10,2 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la comunidad no recibe un apoyo técnico o financiero suficiente para fortalecer la actividad turística. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere limitaciones en la asistencia brindada por las autoridades, instituciones públicas o privadas, así como una escasa presencia de programas orientados al fortalecimiento de los emprendimientos turísticos locales.

La presencia de respuestas indiferentes evidencia que una parte de la población desconoce o no identifica claramente la existencia de mecanismos de apoyo, lo que podría estar asociado a una débil difusión de los programas disponibles o a un acceso limitado a estos beneficios.

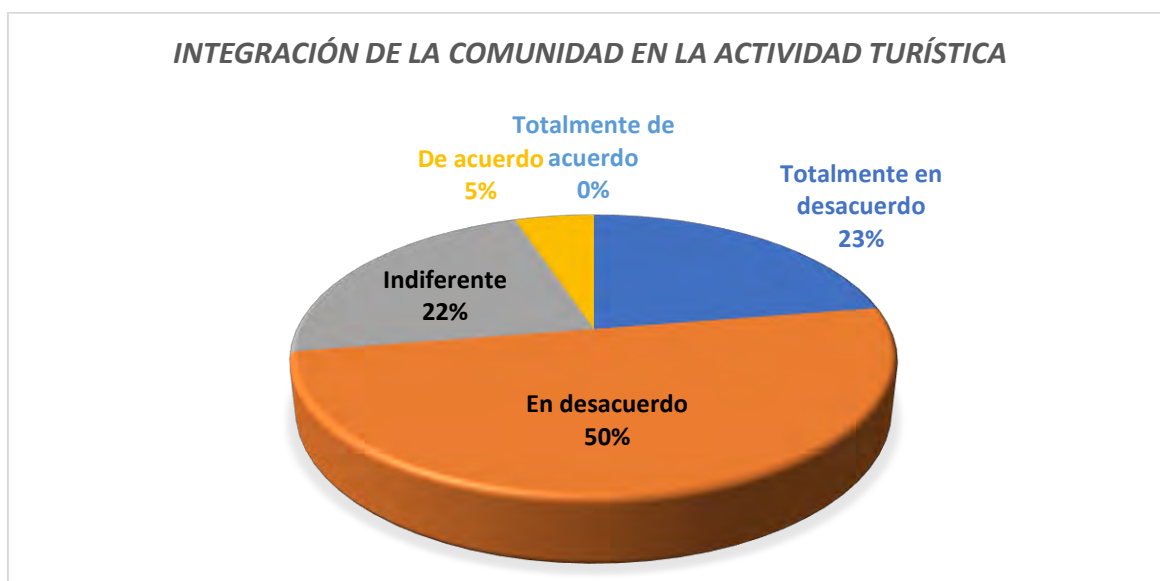
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de impulsar políticas y programas de apoyo técnico y financiero, orientados a fortalecer los emprendimientos turísticos locales y mejorar la competitividad del destino. Un mayor respaldo institucional permitiría dinamizar la actividad turística, generar oportunidades económicas para la población y contribuir al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 22. La población participa activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas.**

*Tabla 89. Integración de la comunidad en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	22	22.4	22.4	22.4
En desacuerdo	49	50.0	50.0	72.4
Indiferente	22	22.4	22.4	94.9
Válido De acuerdo	5	5.1	5.1	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 71. Integración de la comunidad en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

**Descripción de los resultados**

La Tabla 89 y la Figura 71 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a la participación activa de la población en la planificación y ejecución de las actividades turísticas. Los resultados evidencian que una mayoría

significativa de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, ya que el 72,4 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (22,4 %) y en desacuerdo (50,0 %).

Asimismo, un 22,4 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una valoración ambigua sobre el nivel de participación comunitaria en la actividad turística. En contraste, solo un 5,1 % manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, la población no participa de manera activa ni sostenida en la planificación y ejecución de las actividades turísticas. La elevada proporción de respuestas negativas evidencia una limitada inclusión de la comunidad en los procesos de toma de decisiones y gestión del turismo local.

La presencia de respuestas indiferentes sugiere que una parte de la población no identifica espacios claros de participación o desconoce los mecanismos existentes para involucrarse en el desarrollo turístico, lo que podría estar asociado a una escasa comunicación, liderazgo o articulación institucional.

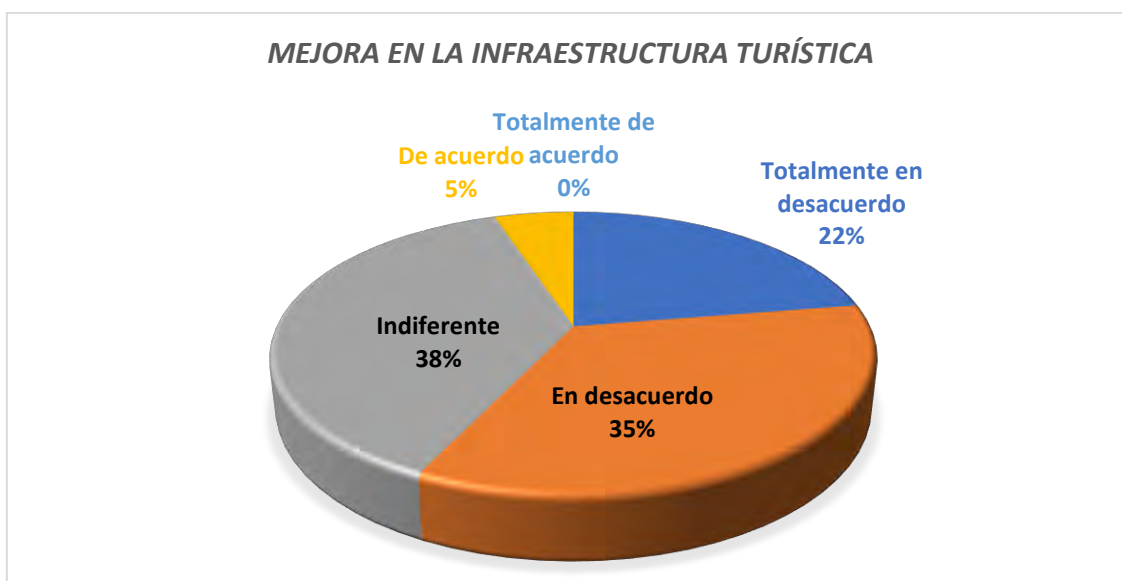
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la participación comunitaria en el turismo, promoviendo procesos participativos, capacitación y trabajo conjunto entre la población, autoridades y actores del sector. Una mayor integración comunitaria permitiría mejorar la gestión turística, fortalecer el sentido de pertenencia y contribuir de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 23. La infraestructura turística existente satisface las necesidades de los visitantes.**

**Tabla 90. Mejora en la infraestructura turística**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	22	22.4	22.4	22.4
En desacuerdo	34	34.7	34.7	57.1
Indiferente	37	37.8	37.8	94.9
Válido De acuerdo	5	5.1	5.1	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	22	22.4	22.4	22.4

**Figura 72. Mejora en la infraestructura turística**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 90 y la Figura 72 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes respecto a si la infraestructura turística existente satisface sus necesidades en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 37,8 % de los

encuestados se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 34,7 % manifiesta estar en desacuerdo y el 22,4 % totalmente en desacuerdo.

Por otro lado, solo el 5,1 % de los visitantes indica estar de acuerdo con que la infraestructura turística satisface sus necesidades, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En general, los resultados evidencian una tendencia predominante hacia percepciones neutrales y desfavorables respecto a la infraestructura turística del distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que la infraestructura turística existente en el distrito de Ccorcca no logra satisfacer plenamente las necesidades de los visitantes. La presencia significativa de respuestas en las categorías de desacuerdo y totalmente en desacuerdo refleja una percepción crítica sobre las condiciones actuales de la infraestructura turística.

Asimismo, el predominio de respuestas neutrales sugiere que algunos visitantes no perciben una infraestructura claramente adecuada, lo que podría estar relacionado con limitaciones en servicios básicos, accesibilidad, señalización o equipamiento turístico. Estos aspectos influyen directamente en la experiencia del visitante y en la valoración general del destino.

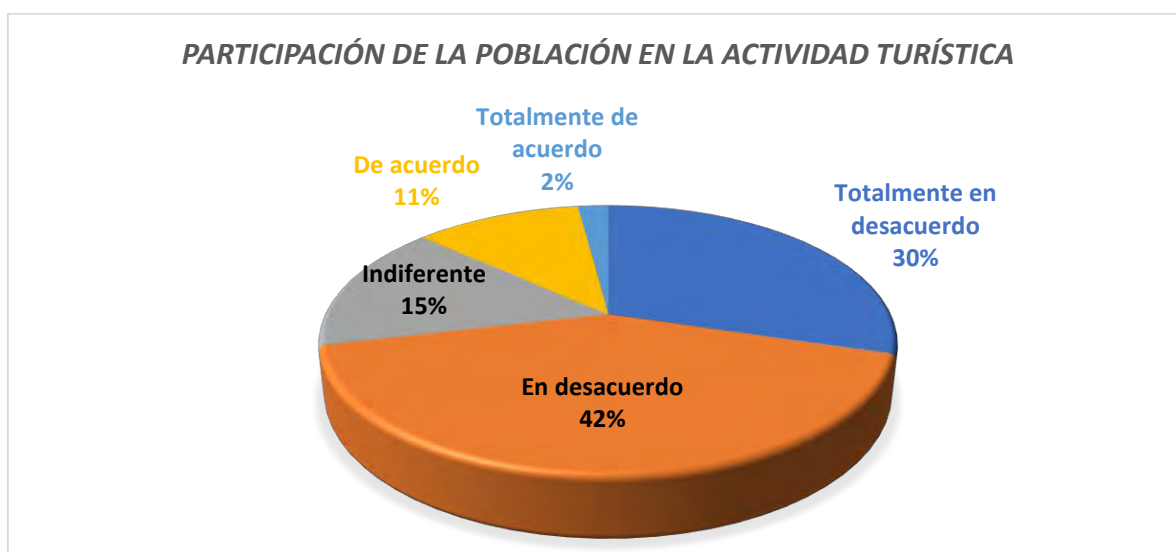
En este contexto, los resultados evidencian la necesidad de fortalecer la infraestructura turística del distrito, mediante inversiones y acciones orientadas a mejorar los servicios, la accesibilidad y las condiciones para la atención de los visitantes. Ello contribuiría a incrementar la satisfacción del turista y a mejorar la competitividad turística del destino.

**Pregunta 24. Las oportunidades generadas por el turismo motivan a más personas de la comunidad a involucrarse en actividades turísticas.**

*Tabla 91. Participación de la población en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	29	29.6	29.6	29.6
En desacuerdo	41	41.8	41.8	71.4
Indiferente	15	15.3	15.3	86.7
Válido De acuerdo	11	11.2	11.2	98.0
Totalmente de acuerdo	2	2.0	2.0	100.0
Total	98	100.0	100.0	

*Figura 73. Participación de la población en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 91 y la Figura 73 presentan la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca respecto a si las oportunidades generadas por el turismo motivan a una mayor participación de la población en actividades turísticas. Los resultados evidencian que la

mayoría de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, dado que el 71,4 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (29,6 %) y en desacuerdo (41,8 %), un 15,3 % de los pobladores se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una limitada identificación de oportunidades claras que incentiven la participación comunitaria. En contraste, un 13,2 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, al situarse en las categorías de acuerdo (11,2 %) y totalmente de acuerdo (2,0 %).

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los pobladores del distrito de Ccorcca, las oportunidades generadas por la actividad turística no resultan suficientes para motivar una participación amplia de la comunidad en actividades turísticas. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que el turismo aún no se consolida como una alternativa atractiva de empleo o emprendimiento para la mayoría de la población local.

El porcentaje de respuestas indiferentes evidencia que una parte de los pobladores no percibe con claridad los beneficios o las oportunidades que ofrece el turismo, lo cual puede estar asociado a una limitada difusión de información, escaso acceso a programas de apoyo o débil articulación entre los actores del sector turístico y la comunidad.

En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer las oportunidades generadas por el turismo, mediante el impulso de emprendimientos locales, la capacitación de la población y la implementación de políticas inclusivas que promuevan una mayor participación comunitaria. Estas acciones permitirían incrementar el involucramiento de la población, dinamizar la economía local y consolidar el turismo como un eje de desarrollo socioeconómico sostenible en el distrito de Ccorcca.

#### 4.1.2.4 Análisis de resultados: Visitantes

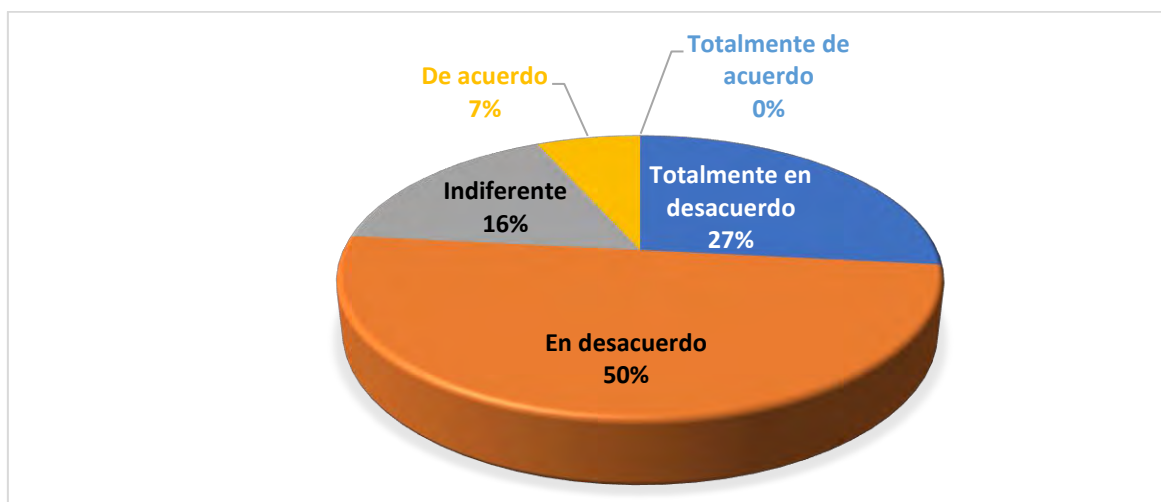
##### A. Estrategias Competitivas

**Pregunta 1: Durante la visita, se percibió que los servicios turísticos presentan elementos innovadores.**

**Tabla 92.** Grado de innovación en los servicios turísticos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	8	26.7	26.7	26.7
En desacuerdo	15	50.0	50.0	76.7
Indiferente	5	16.7	16.7	93.3
Válido De acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**Figura 74.** Grado de innovación en los servicios turísticos



**Fuente:** Base de datos SPSS

##### **Descripción de los resultados**

La Tabla 92 y la Figura 74 presentan la percepción de los visitantes respecto a la presencia de elementos innovadores en los servicios turísticos durante su visita al distrito

de Ccorcca. Los resultados evidencian que una mayoría significativa de los encuestados mantiene una percepción desfavorable, dado que el 76,7 % de los visitantes se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (26,7 %) y en desacuerdo (50,0 %).

Asimismo, un 16,7 % de los visitantes manifiesta una posición indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una limitada identificación de innovaciones en los servicios turísticos ofrecidos. En contraste, solo un 6,7 % de los encuestados se ubica en la categoría de acuerdo, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los visitantes, los servicios turísticos ofrecidos en el distrito de Ccorcca presentan escasos elementos innovadores, lo que limita su capacidad para generar experiencias diferenciadas y competitivas frente a otros destinos turísticos. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que la oferta turística mantiene características tradicionales, con poca incorporación de nuevas propuestas, tecnologías o servicios que resulten atractivos para los visitantes.

La presencia de respuestas indiferentes evidencia que algunos visitantes no identifican claramente elementos innovadores, lo que puede estar asociado a una baja visibilidad de las iniciativas existentes o a una implementación limitada de estrategias orientadas a la innovación turística.

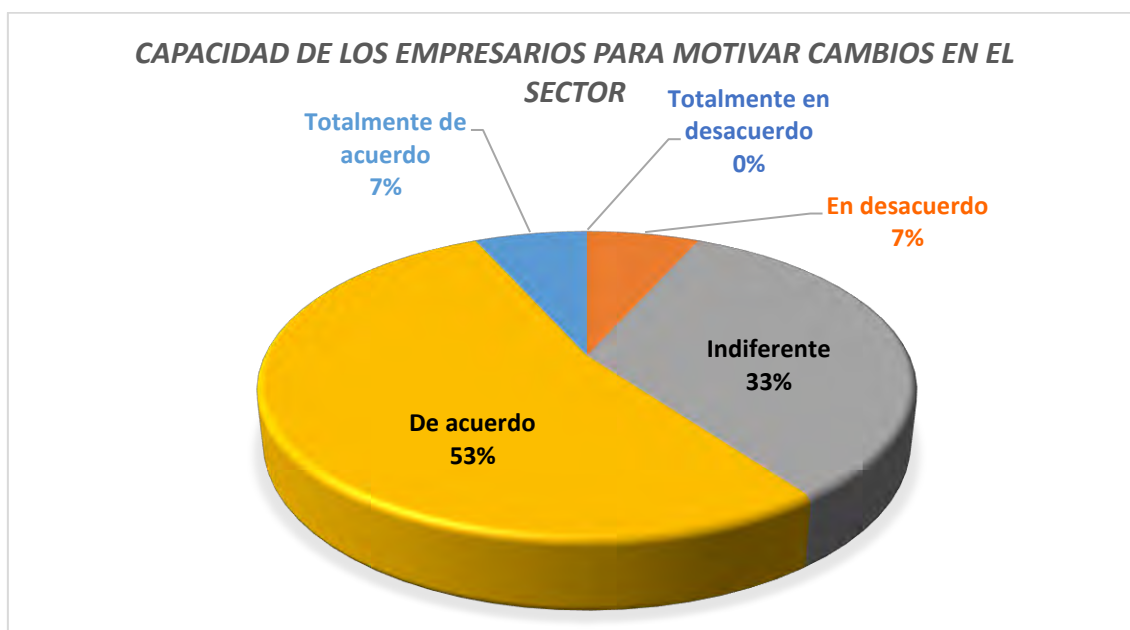
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la innovación en los servicios turísticos, incorporando nuevas experiencias, tecnologías y propuestas creativas que permitan mejorar la satisfacción del visitante, incrementar la competitividad del destino y contribuir de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 2: Se considera que la innovación en los servicios turísticos influye positivamente en la llegada de más visitantes al distrito.**

*Tabla 93. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
Indiferente	10	33.3	33.3	40.0
Válido De acuerdo	16	53.3	53.3	93.3
Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 75. Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 93 y la Figura 75 se presentan los resultados relacionados con la percepción sobre si la innovación en los servicios turísticos influye positivamente en la

llegada de más visitantes al distrito. Los datos muestran que la mayoría de los encuestados, correspondiente al 53,3 %, se encuentra de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 33,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Asimismo, el 6,7 % manifiesta estar totalmente de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que otro 6,7 % indica estar en desacuerdo. Cabe señalar que no se registran respuestas en la categoría totalmente en desacuerdo. En conjunto, los resultados evidencian una tendencia mayormente favorable respecto a la influencia de la innovación en la llegada de visitantes al distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que la innovación en los servicios turísticos es percibida como un factor importante para atraer visitantes al distrito. La predominancia de respuestas en la categoría de acuerdo refleja que los encuestados reconocen la relevancia de implementar mejoras e iniciativas innovadoras dentro de la oferta turística.

Por otro lado, la presencia de respuestas en la categoría indiferente sugiere que una parte de los participantes no tiene una percepción claramente definida sobre el impacto de la innovación en el flujo turístico. Esto podría estar relacionado con el nivel de conocimiento sobre las estrategias implementadas o con la experiencia directa de los actores en el sector.

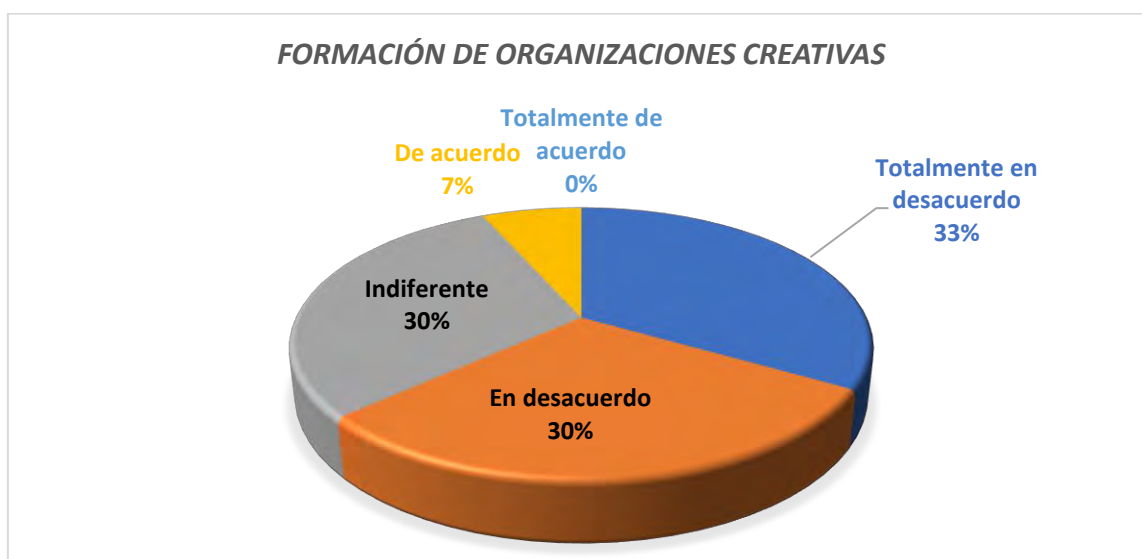
En este sentido, los resultados permiten afirmar que la innovación en los servicios turísticos constituye un elemento relevante para fortalecer la competitividad del destino y contribuir al incremento del flujo de visitantes en el distrito.

**Pregunta 3: Se percibió coordinación entre los actores locales para mejorar la actividad turística.**

*Tabla 94. Formación de organizaciones creativas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	33.3	33.3	33.3
En desacuerdo	9	30.0	30.0	63.3
Indiferente	9	30.0	30.0	93.3
Válido De acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 76. Formación de organizaciones creativas*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 94 y la Figura 76 muestran la percepción de los visitantes respecto a la coordinación existente entre los actores locales para mejorar la actividad turística en el distrito de Ccorcca. Los resultados evidencian que una mayoría de los encuestados

presenta una percepción desfavorable, ya que el 63,3 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (33,3 %) y en desacuerdo (30,0 %).

Asimismo, un 30,0 % de los visitantes se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una limitada visibilidad de los mecanismos de coordinación entre los actores del sector turístico. En contraste, solo un 6,7 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los visitantes, la coordinación entre los actores locales para mejorar la actividad turística es limitada o poco perceptible. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere una débil articulación entre la comunidad, los prestadores de servicios y las autoridades locales, lo que se traduce en una experiencia turística poco integrada.

La presencia de respuestas indiferentes evidencia que una parte de los visitantes no identifica claramente esfuerzos conjuntos o acciones coordinadas orientadas al fortalecimiento del turismo, lo que puede estar asociado a la ausencia de organizaciones visibles, estrategias compartidas o iniciativas colaborativas consolidadas.

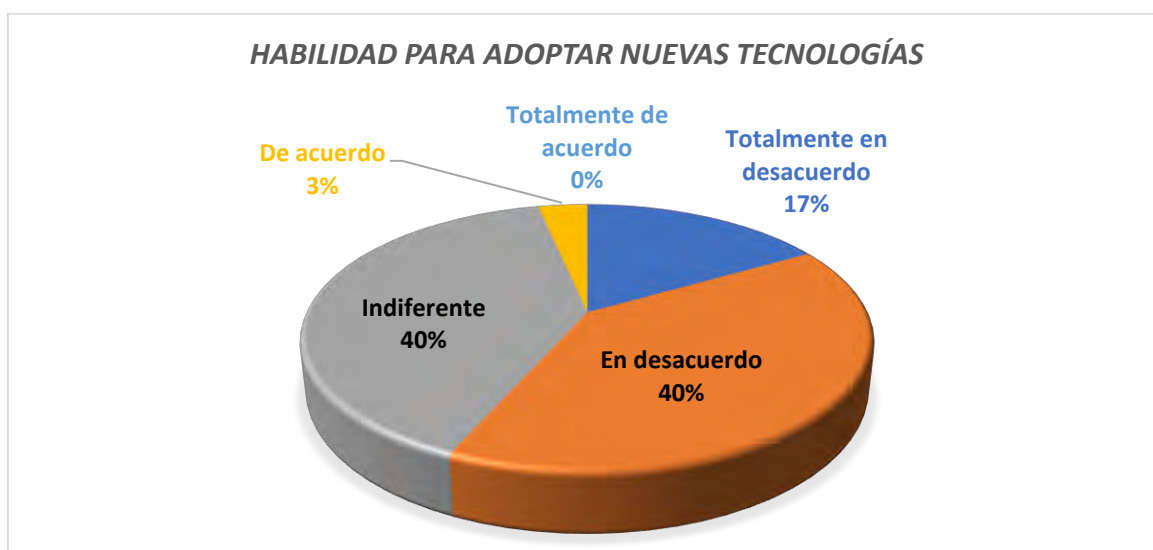
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer los espacios de coordinación y trabajo conjunto entre los actores locales, promoviendo la conformación de organizaciones creativas y mecanismos de gobernanza turística. Una mayor articulación permitiría mejorar la gestión del destino, optimizar la experiencia del visitante y contribuir de manera más efectiva al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 4: Se observó el uso de tecnologías que facilitan y mejoran la experiencia turística en Ccorcca.**

*Tabla 95. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	12	40.0	40.0	56.7
Indiferente	12	40.0	40.0	96.7
Válido De acuerdo	1	3.3	3.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 77. Habilidad para adoptar nuevas tecnologías*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 95 y la Figura 77 presentan la percepción de los visitantes respecto al uso de tecnologías que facilitan y mejoran la experiencia turística en el distrito de Ccorcca. Los resultados muestran que una mayoría relativa de los encuestados mantiene

una percepción desfavorable o neutral, ya que el 56,7 % se concentra entre las categorías totalmente en desacuerdo (16,7 %) y en desacuerdo (40,0 %).

Asimismo, un 40,0 % de los visitantes se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una limitada visibilidad del uso de tecnologías aplicadas a los servicios turísticos. En contraste, solo un 3,3 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo con la afirmación planteada, mientras que no se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados evidencian que, desde la percepción de los visitantes, el uso de tecnologías orientadas a mejorar la experiencia turística en Ccorcca es limitado y poco perceptible. La elevada proporción de respuestas negativas sugiere que los servicios turísticos no incorporan de manera efectiva herramientas tecnológicas que faciliten el acceso a la información, la orientación, las reservas o la interacción con el destino.

La presencia de un porcentaje considerable de respuestas indiferentes indica que una parte de los visitantes no logra identificar claramente el uso de tecnologías durante su experiencia turística, lo que podría estar asociado a una implementación incipiente, fragmentada o poco visible de soluciones tecnológicas en el destino.

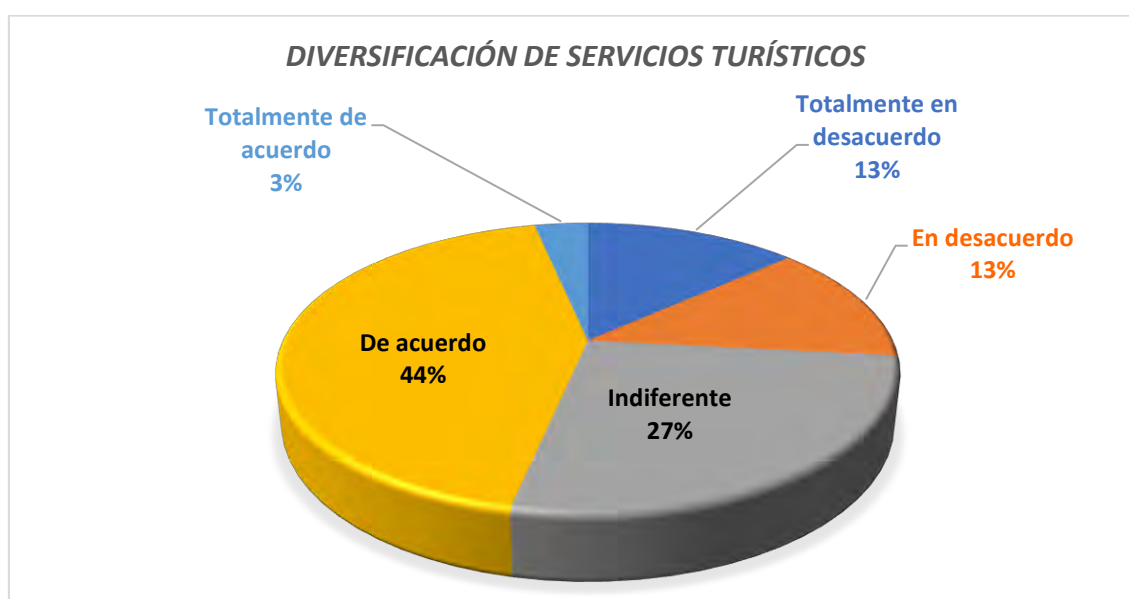
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la adopción de tecnologías en la gestión y prestación de servicios turísticos, incorporando herramientas digitales que mejoren la experiencia del visitante y contribuyan a la competitividad del destino. La implementación de soluciones tecnológicas permitiría optimizar la atención al turista, diferenciar la oferta y favorecer el desarrollo socioeconómico del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 5. Los servicios turísticos ofrecidos en Ccorcca atendieron adecuadamente las necesidades de los visitantes.**

*Tabla 96. Diversificación de servicios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	13.3	13.3	13.3
En desacuerdo	4	13.3	13.3	26.7
Indiferente	8	26.7	26.7	53.3
Válido De acuerdo	13	43.3	43.3	96.7
Totalmente de acuerdo	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 78. Diversificación de servicios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 96 y la Figura 78 se presentan los resultados relacionados con la percepción sobre si los servicios turísticos ofrecidos en Ccorcca atendieron

adecuadamente las necesidades de los visitantes. Los datos muestran que el 43,3 % de los encuestados se encuentra de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 26,7 % se ubica en la categoría indiferente.

Asimismo, el 13,3 % manifiesta estar en desacuerdo y otro 13,3 % totalmente en desacuerdo, mientras que el 3,3 % indica estar totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados muestran una tendencia mayoritariamente favorable respecto a la atención de las necesidades de los visitantes mediante los servicios turísticos ofrecidos en el distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que los servicios turísticos ofrecidos en el distrito de Ccorcca logran atender en cierta medida las necesidades de los visitantes. La mayor proporción de respuestas en la categoría de acuerdo (43,3 %) evidencia una valoración positiva de los servicios brindados, lo que sugiere que los esfuerzos realizados por los actores del sector turístico están generando resultados favorables en la experiencia del visitante.

No obstante, la presencia de respuestas en las categorías indiferente y desacuerdo indica que una parte de los encuestados no percibe plenamente satisfechas sus expectativas. Esto podría estar relacionado con aspectos como la variedad de servicios disponibles, la calidad de la atención o algunas limitaciones en la oferta turística del distrito.

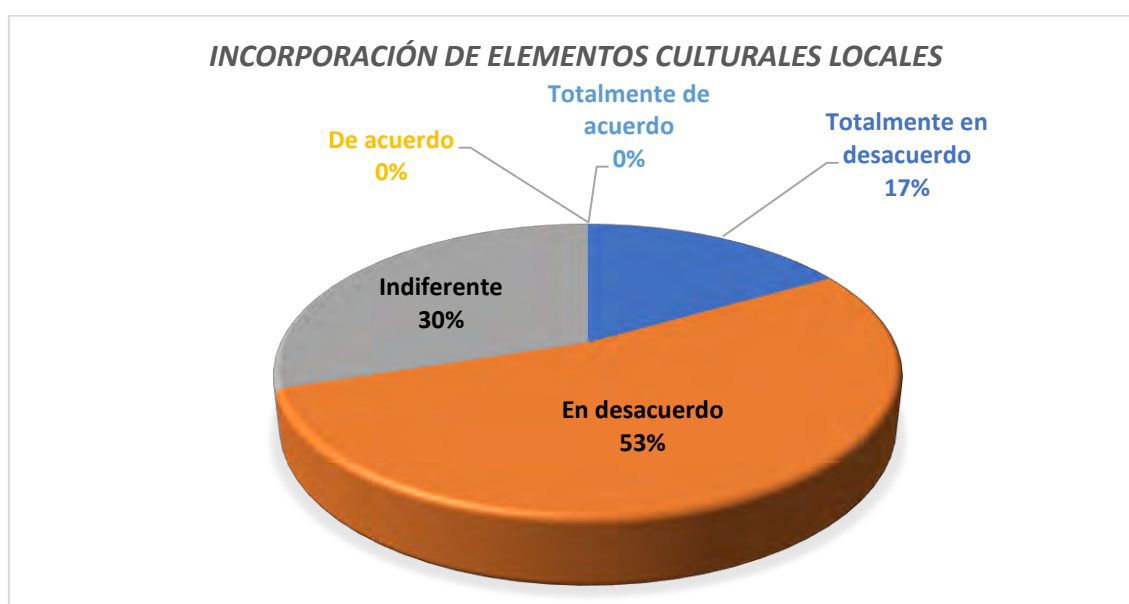
En ese sentido, los resultados ponen de manifiesto la importancia de continuar fortaleciendo y diversificando los servicios turísticos en Ccorcca, con el fin de mejorar la experiencia del visitante y contribuir al posicionamiento del destino dentro de la actividad turística regional.

**Pregunta 6. Las experiencias turísticas incorporan elementos de la cultura local, como gastronomía, tradiciones o artesanía.**

*Tabla 97. Incorporación de elementos culturales locales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	16	53.3	53.3	70.0
Indiferente	9	30.0	30.0	100.0
Válido De acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 79. Incorporación de elementos culturales locales*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 97 y la Figura 79 se presentan los resultados relacionados con la percepción sobre la incorporación de elementos de la cultura local, como gastronomía,

tradiciones o artesanía, dentro de las experiencias turísticas en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 53,3 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo, mientras que el 16,7 % manifiesta estar totalmente en desacuerdo.

Asimismo, el 30,0 % de los participantes se ubica en la categoría indiferente, mientras que no se registran respuestas en las categorías de acuerdo ni totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados evidencian una tendencia predominantemente desfavorable respecto a la incorporación de elementos culturales locales en las experiencias turísticas del distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que las experiencias turísticas en el distrito de Ccorcca incorporan de manera limitada elementos propios de la cultura local. La alta proporción de respuestas en las categorías de desacuerdo refleja que los encuestados perciben que aspectos como la gastronomía, las tradiciones o la artesanía no están siendo integrados adecuadamente dentro de la oferta turística.

Asimismo, el porcentaje de respuestas en la categoría indiferente sugiere que algunos participantes no perciben claramente la presencia de estos elementos culturales durante su experiencia turística. Esto podría estar relacionado con una débil articulación entre la actividad turística y las manifestaciones culturales de la localidad.

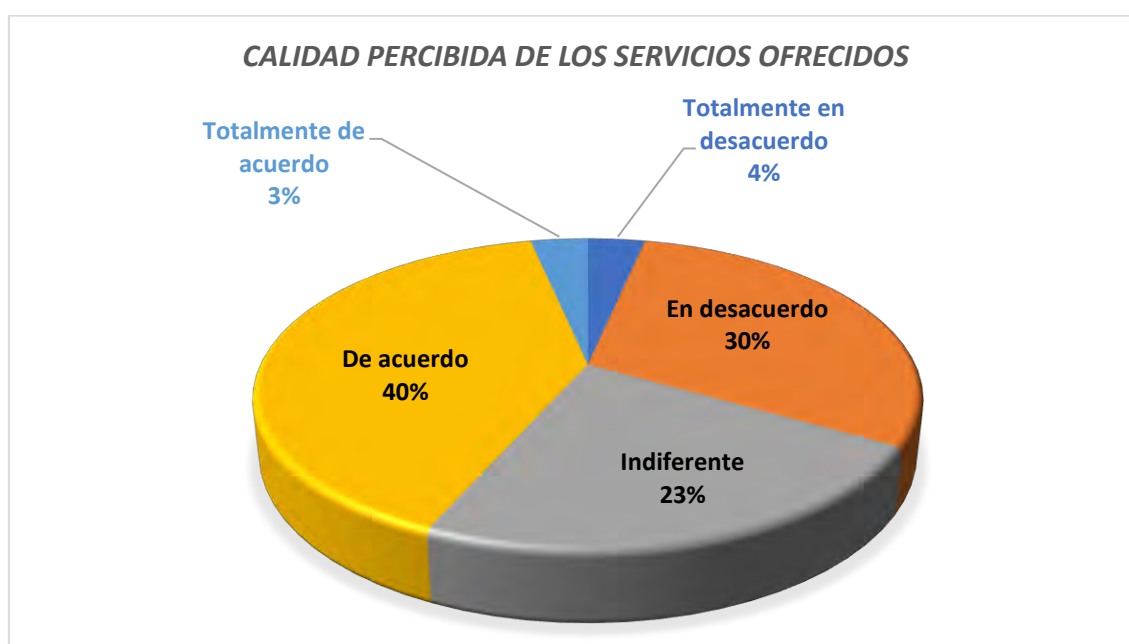
En este contexto, los resultados evidencian la necesidad de fortalecer la integración de la cultura local dentro de las experiencias turísticas, promoviendo actividades que valoricen la identidad cultural del distrito. La incorporación de estos elementos puede enriquecer la experiencia del visitante y contribuir al desarrollo turístico y socioeconómico de Ccorcca.

**Pregunta 7. La calidad de los servicios turísticos recibidos cumplió con las expectativas de los visitantes.**

*Tabla 98. Calidad percibida de los servicios ofrecidos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
En desacuerdo	9	30.0	30.0	33.3
Indiferente	7	23.3	23.3	56.7
Válido De acuerdo	12	40.0	40.0	96.7
Totalmente de acuerdo	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 80. Calidad percibida de los servicios ofrecidos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 98 y la Figura 80 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes respecto a si la calidad de los servicios turísticos recibidos

cumplió con sus expectativas en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 40,0 % de los encuestados se encuentra de acuerdo, mientras que el 23,3 % se ubica en la categoría indiferente.

Asimismo, el 30,0 % manifiesta estar en desacuerdo y el 3,3 % totalmente en desacuerdo, mientras que un 3,3 % indica estar totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados evidencian una ligera tendencia favorable respecto al cumplimiento de las expectativas de los visitantes sobre la calidad de los servicios turísticos.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en el distrito de Ccorcca cumple parcialmente con las expectativas de los visitantes. La mayor proporción de respuestas en la categoría de acuerdo refleja que una parte importante de los turistas percibe de manera positiva los servicios recibidos durante su visita.

Sin embargo, la presencia significativa de respuestas en las categorías de desacuerdo e indiferente indica que no todos los visitantes consideran que los servicios cumplen plenamente con sus expectativas. Esto podría estar relacionado con aspectos como la atención brindada, la organización de los servicios o algunas limitaciones en la infraestructura turística.

En este sentido, los resultados sugieren la necesidad de continuar mejorando la calidad de los servicios turísticos en el distrito, a fin de elevar el nivel de satisfacción de los visitantes y fortalecer la competitividad del destino dentro de la actividad turística regional.

**Pregunta 8. Se considera que los servicios turísticos ofrecidos presentan una adecuada relación calidad–precio.**

*Tabla 99. Percepción del valor por los visitantes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	10	33.3	33.3	33.3
Indiferente	6	20.0	20.0	53.3
Válido De acuerdo	14	46.7	46.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 81. Percepción del valor por los visitantes*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 99 y la Figura 81 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes respecto a si los servicios turísticos ofrecidos presentan una

adecuada relación calidad–precio en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 46,7 % de los encuestados se encuentra de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 20,0 % se ubica en la categoría indiferente.

Asimismo, el 33,3 % manifiesta estar en desacuerdo, mientras que no se registran respuestas en las categorías totalmente en desacuerdo ni totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados evidencian una tendencia moderadamente favorable respecto al valor percibido de los servicios turísticos ofrecidos en el distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que una parte importante de los visitantes considera que los servicios turísticos en el distrito de Ccorcca presentan una relación aceptable entre la calidad ofrecida y el precio pagado. La mayor proporción de respuestas en la categoría de acuerdo refleja que los visitantes perciben cierto equilibrio entre el costo de los servicios y la experiencia recibida.

No obstante, el porcentaje de respuestas en desacuerdo indica que aún existe un grupo significativo de visitantes que no percibe completamente adecuada esta relación. Esto podría estar vinculado a factores como la calidad del servicio, la infraestructura disponible o las expectativas que los turistas tienen antes de visitar el destino.

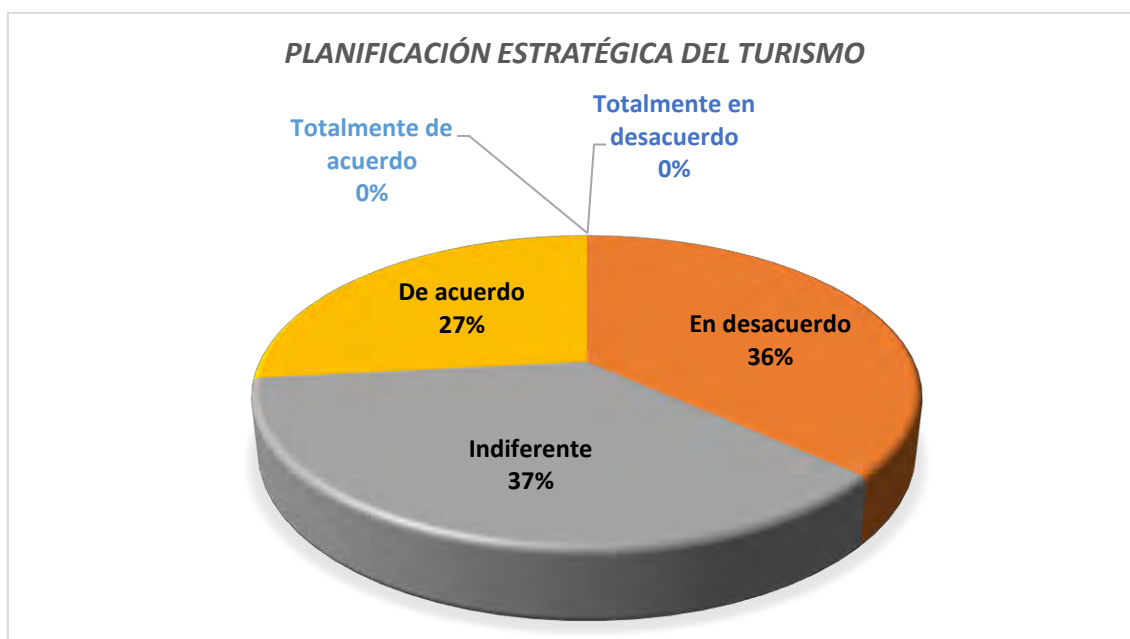
En ese sentido, los resultados sugieren la importancia de continuar fortaleciendo la calidad de los servicios turísticos y mejorar la propuesta de valor del destino, de modo que los visitantes perciban con mayor claridad que los servicios ofrecidos justifican el precio pagado y contribuyan a una experiencia turística satisfactoria.

**Pregunta 9. Se percibió una adecuada organización en la prestación de los servicios turísticos durante la visita.**

*Tabla 100. Planificación estratégica del turismo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	11	36.7	36.7	36.7
Indiferente	11	36.7	36.7	73.3
Válido De acuerdo	8	26.7	26.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 82. Planificación estratégica del turismo*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 100 y la Figura 82 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes respecto a la organización en la prestación de los servicios

turísticos durante su visita al distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 36,7 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo, mientras que otro 36,7 % se ubica en la categoría indiferente.

Asimismo, el 26,7 % manifiesta estar de acuerdo con que existió una adecuada organización en la prestación de los servicios turísticos. Cabe señalar que no se registran respuestas en las categorías totalmente en desacuerdo ni totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados muestran percepciones divididas, con una ligera tendencia hacia valoraciones neutrales y desfavorables.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que la organización en la prestación de los servicios turísticos en el distrito de Ccorcca no es percibida de manera plenamente positiva por los visitantes. La presencia de respuestas en las categorías de desacuerdo e indiferente evidencia que una parte importante de los turistas considera que la organización de los servicios podría mejorar.

Asimismo, aunque existe un grupo de visitantes que percibe de manera favorable la organización de los servicios, este porcentaje es menor en comparación con las percepciones neutrales y negativas. Esto sugiere que durante la experiencia turística pueden presentarse aspectos relacionados con la coordinación, planificación o atención que no logran satisfacer completamente las expectativas de los visitantes.

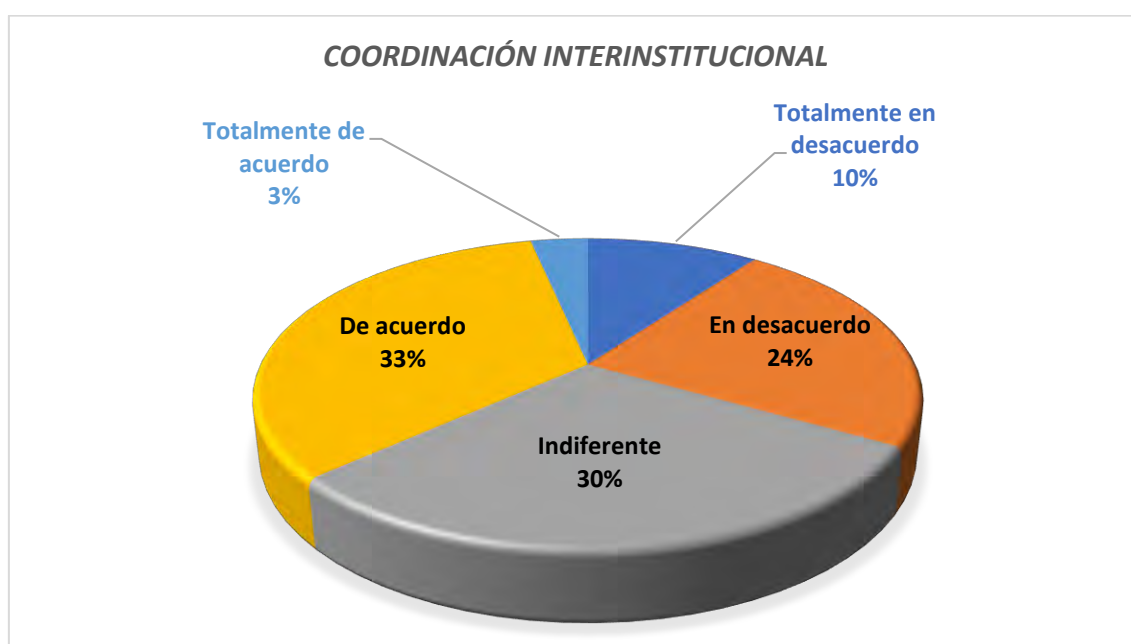
En ese sentido, los resultados ponen de manifiesto la importancia de fortalecer la planificación y organización de los servicios turísticos en el distrito, con el fin de mejorar la experiencia del visitante, optimizar la gestión del destino y contribuir al desarrollo turístico local.

**Pregunta 10. Se observó coordinación entre los diferentes prestadores de servicios turísticos del distrito.**

*Tabla 101. Coordinación interinstitucional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	7	23.3	23.3	33.3
Indiferente	9	30.0	30.0	63.3
Válido De acuerdo	10	33.3	33.3	96.7
Totalmente de acuerdo	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 83. Coordinación interinstitucional*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 101 y la Figura 83 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes respecto a la coordinación entre los diferentes prestadores de

servicios turísticos del distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 33,3 % de los encuestados se encuentra de acuerdo, mientras que el 30,0 % se ubica en la categoría indiferente.

Asimismo, el 23,3 % manifiesta estar en desacuerdo y el 10,0 % totalmente en desacuerdo, mientras que un 3,3 % indica estar totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados reflejan percepciones variadas entre los visitantes, aunque con una ligera tendencia hacia valoraciones favorables sobre la coordinación entre los prestadores de servicios turísticos.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que la coordinación entre los diferentes prestadores de servicios turísticos en el distrito de Ccorcca es percibida de manera moderadamente positiva por una parte de los visitantes. La mayor proporción de respuestas en la categoría de acuerdo sugiere que existe cierto nivel de articulación entre los actores del sector turístico durante la prestación de los servicios.

Sin embargo, la presencia de respuestas en las categorías de indiferente y desacuerdo indica que esta coordinación no es percibida de forma homogénea por todos los visitantes. Esto podría estar relacionado con diferencias en la calidad del servicio, la organización de las actividades turísticas o la comunicación entre los prestadores.

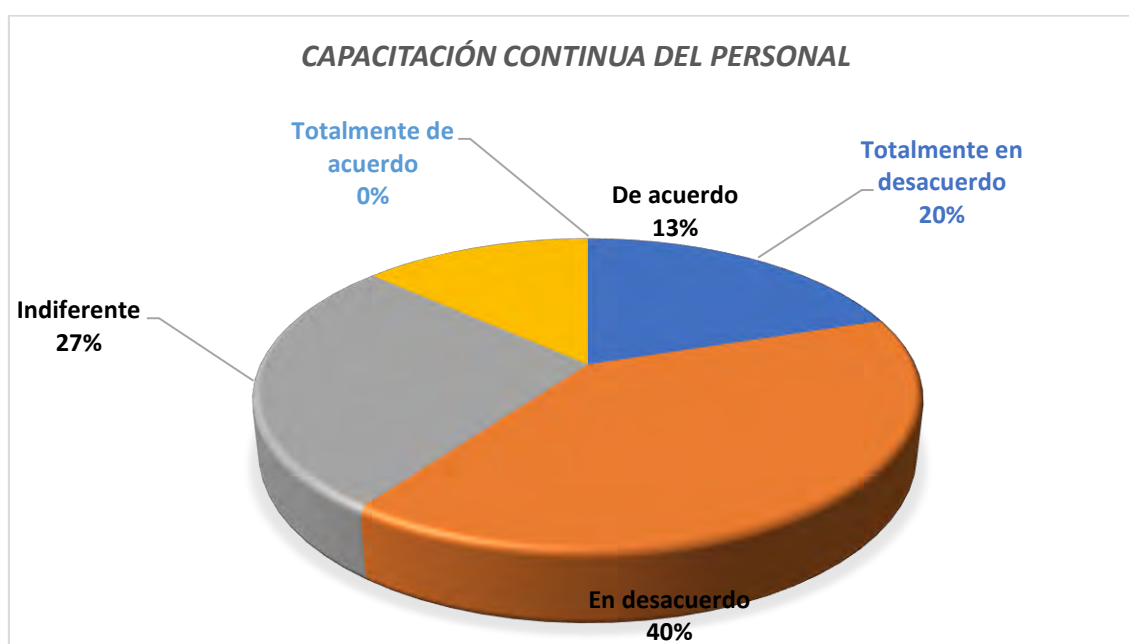
En este contexto, los resultados evidencian la importancia de fortalecer los mecanismos de coordinación entre los actores involucrados en la actividad turística del distrito. Una mayor articulación entre los prestadores de servicios podría contribuir a mejorar la experiencia del visitante y a consolidar el desarrollo turístico del destino.

**Pregunta 11. El personal que brinda servicios turísticos mostró preparación y buena atención al visitante.**

*Tabla 102. Capacitación continua del personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
En desacuerdo	10	33.3	33.3	36.7
Indiferente	5	16.7	16.7	53.3
Válido De acuerdo	14	46.7	46.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 84. Capacitación continua del personal*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 102 y la Figura 84 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a la preparación y atención del personal que brinda servicios

turísticos en el distrito de Ccorcca. Se observa que el 46,7 % de los encuestados está de acuerdo con que el personal mostró preparación y buena atención, constituyendo la mayor proporción de respuestas. Asimismo, el 16,7 % manifestó una posición indiferente.

Por otro lado, el 33,3 % indicó estar en desacuerdo, mientras que el 3,3 % señaló estar totalmente en desacuerdo. No se registraron respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En general, los resultados muestran una tendencia mayoritaria hacia una valoración positiva, aunque todavía existe un grupo considerable de visitantes que percibe deficiencias en la preparación o atención del personal.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, para una parte importante de los visitantes, el personal que brinda servicios turísticos en Ccorcca demuestra un nivel aceptable de preparación y atención. La predominancia de respuestas en la categoría de acuerdo sugiere que el desempeño del personal contribuye de manera favorable a la experiencia turística.

Sin embargo, la presencia significativa de respuestas en desacuerdo indica que aún existen aspectos que deben mejorar, especialmente en lo relacionado con la capacitación y el trato al visitante. Esto evidencia la necesidad de fortalecer los procesos de formación y capacitación continua del personal turístico.

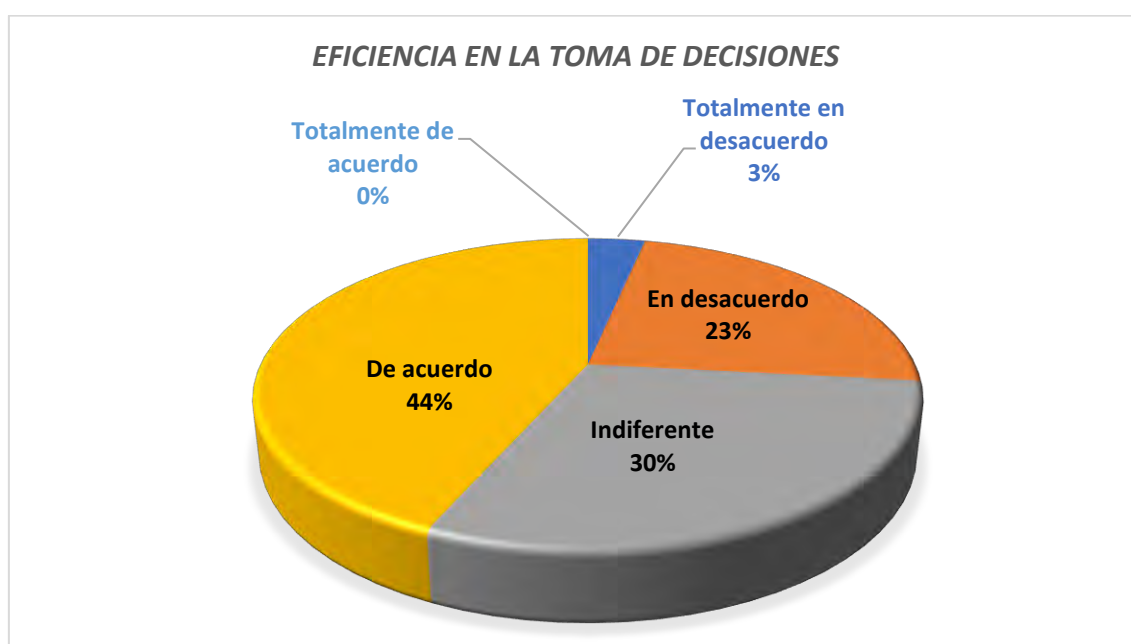
En este sentido, mejorar las competencias y habilidades del personal puede contribuir a elevar la calidad del servicio ofrecido, generar mayor satisfacción en los visitantes y fortalecer la imagen del destino turístico. La capacitación constante se convierte así en un elemento clave para el desarrollo turístico del distrito.

**Pregunta 12. Los servicios turísticos respondieron oportunamente ante consultas o necesidades durante la visita.**

*Tabla 103. Eficiencia en la toma de decisiones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
En desacuerdo	7	23.3	23.3	26.7
Indiferente	9	30.0	30.0	56.7
Válido De acuerdo	13	43.3	43.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 85. Eficiencia en la toma de decisiones*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 103 y la Figura 85 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a la capacidad de los servicios turísticos para responder

oportunamente ante consultas o necesidades durante la visita. Se observa que el 43,3 % de los encuestados manifestó estar de acuerdo, representando la mayor proporción de respuestas. Asimismo, el 30,0 % indicó una posición indiferente.

Por otro lado, el 23,3 % señaló estar en desacuerdo y el 3,3 % totalmente en desacuerdo. No se registraron respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En general, los resultados muestran una tendencia moderadamente favorable hacia la percepción de la capacidad de respuesta de los servicios turísticos.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados sugieren que una parte importante de los visitantes considera que los servicios turísticos en el distrito responden de manera adecuada a sus consultas o necesidades durante la visita. La mayor concentración de respuestas en la categoría de acuerdo refleja que existe una percepción relativamente positiva sobre la atención brindada.

Sin embargo, el porcentaje de respuestas indiferentes y en desacuerdo evidencia que la eficiencia en la atención no es percibida de manera uniforme por todos los visitantes. Esto puede estar relacionado con limitaciones en la organización del servicio, tiempos de respuesta o disponibilidad del personal.

En este contexto, fortalecer los mecanismos de atención al visitante y mejorar la capacidad de respuesta del personal podría contribuir a optimizar la experiencia turística, incrementar la satisfacción de los visitantes y consolidar la calidad de los servicios ofrecidos en el distrito de Ccorcca.

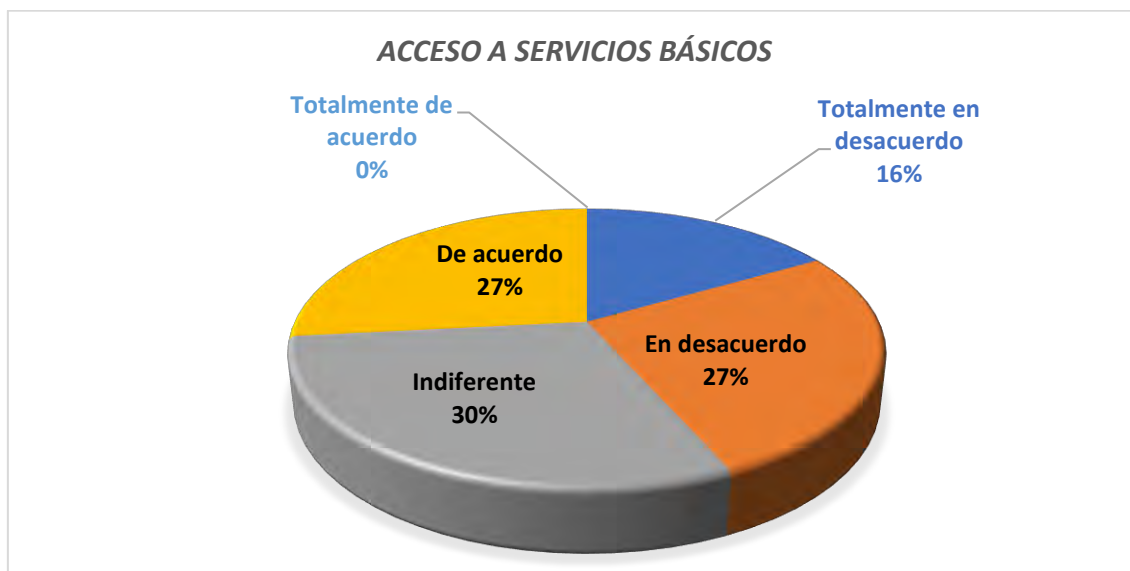
### B. Desarrollo Socioeconómico

**Pregunta 13. Se percibió que el distrito cuenta con servicios básicos adecuados para recibir visitantes.**

*Tabla 104. Acceso a servicios básicos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	8	26.7	26.7	43.3
Indiferente	9	30.0	30.0	73.3
Válido De acuerdo	8	26.7	26.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 86. Acceso a servicios básicos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

#### *Descripción de los resultados*

En la Tabla 104 y la Figura 86 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a si el distrito cuenta con servicios básicos adecuados para recibir

turistas. Los datos muestran que el 30,0 % de los encuestados se mantiene en una posición indiferente, constituyendo el grupo más numeroso.

Asimismo, el 26,7 % manifestó estar de acuerdo con la afirmación, mientras que otro 26,7 % indicó estar en desacuerdo. Por su parte, el 16,7 % señaló estar totalmente en desacuerdo, y no se registraron respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En conjunto, los resultados reflejan percepciones diversas entre los visitantes sobre la disponibilidad de servicios básicos en el distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

A partir de los resultados obtenidos, se puede interpretar que la percepción sobre la disponibilidad de servicios básicos en el distrito de Ccorcca no es completamente favorable. Aunque una parte de los visitantes considera que sí existen condiciones adecuadas, otro grupo importante manifiesta desacuerdo o mantiene una postura neutral.

La presencia significativa de respuestas indiferentes sugiere que los servicios básicos podrían estar disponibles, pero no necesariamente en condiciones óptimas o claramente perceptibles para todos los visitantes. Esto puede relacionarse con aspectos como el acceso al agua, saneamiento, señalización, conectividad u otros servicios necesarios para la actividad turística.

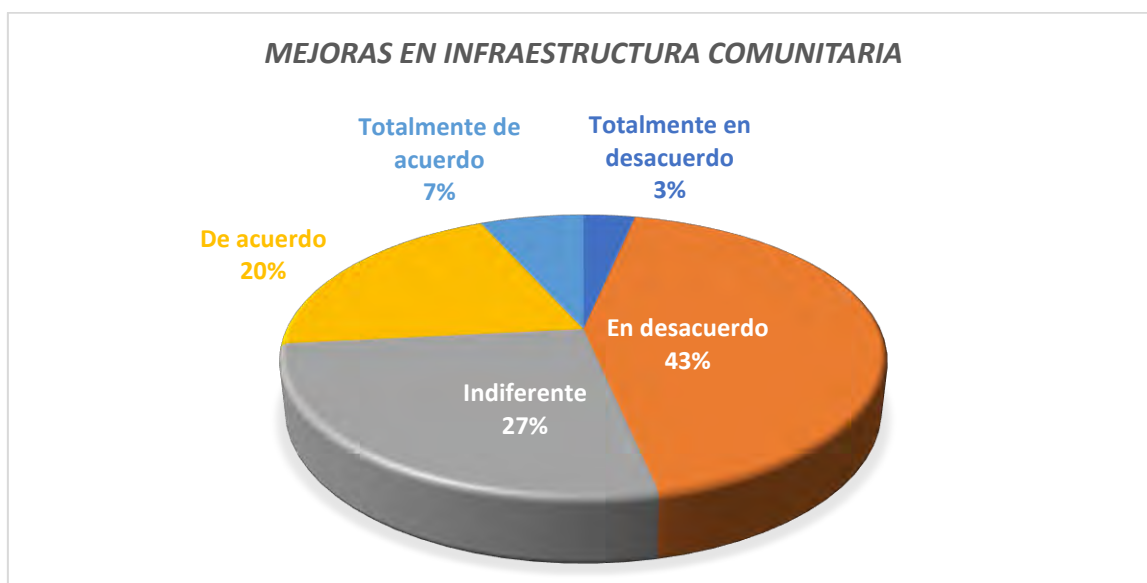
En este sentido, fortalecer la infraestructura básica y mejorar su visibilidad y funcionamiento podría contribuir a generar una percepción más positiva en los visitantes, favoreciendo así el desarrollo turístico y socioeconómico del distrito.

**Pregunta 14. La infraestructura turística observada contribuye positivamente a la experiencia de visita.**

*Tabla 105. Mejoras en infraestructura comunitaria*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
En desacuerdo	13	43.3	43.3	46.7
Indiferente	8	26.7	26.7	73.3
Válido De acuerdo	6	20.0	20.0	93.3
Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 87. Mejoras en infraestructura comunitaria*



*Fuente: Base de datos SPSS*

**Descripción de los resultados**

La Tabla 105 y la Figura 87 presentan la percepción de los visitantes respecto a si la infraestructura turística observada contribuye positivamente a la experiencia de visita.

Los resultados muestran que el 26,7 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (20,0 %) y totalmente de acuerdo (6,7 %). En contraste, el 46,6 % expresa una percepción negativa, representada por en desacuerdo (43,3 %) y totalmente de desacuerdo (3,3 %). Asimismo, el 26,7 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones desfavorables frente a las favorables, acompañada de un porcentaje considerable de respuestas neutrales.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la percepción de los visitantes, la infraestructura turística del distrito aún no contribuye de manera plenamente satisfactoria a la experiencia de visita. La mayor proporción de respuestas en desacuerdo sugiere limitaciones en aspectos como señalización, accesibilidad, mantenimiento de espacios turísticos, servicios higiénicos o equipamiento complementario.

La significativa presencia de respuestas indiferentes podría indicar que la infraestructura cumple funciones básicas, pero no genera un impacto diferencial en la experiencia del turista. Por su parte, el reducido porcentaje de respuestas favorables evidencia que solo una minoría percibe la infraestructura como un elemento claramente positivo dentro de su visita.

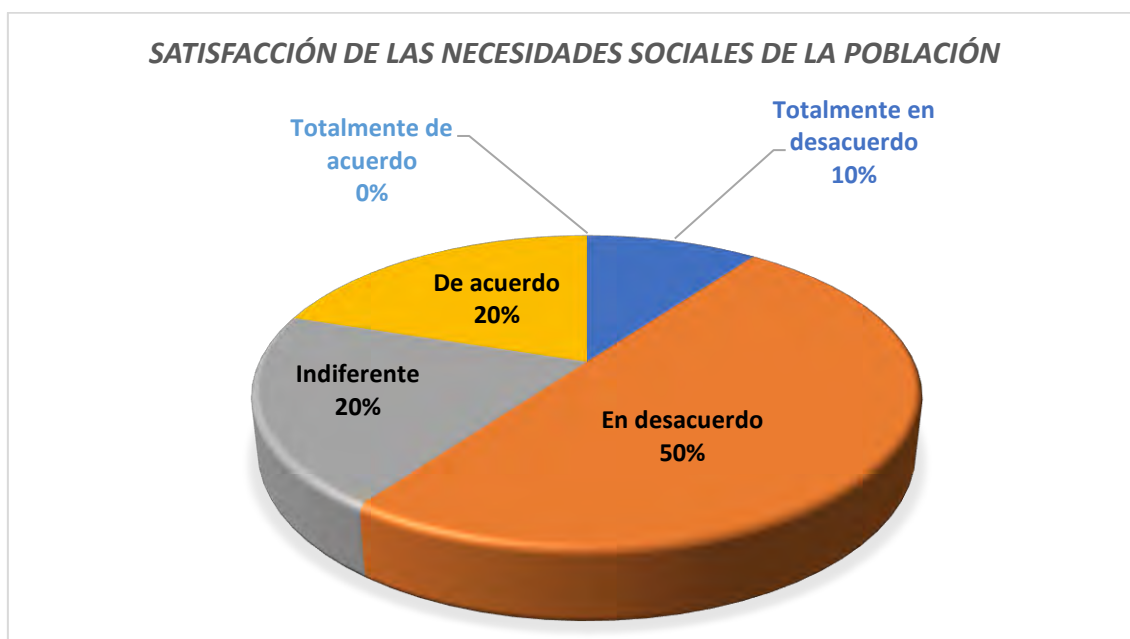
En este contexto, los resultados resaltan la necesidad de fortalecer la inversión y planificación en infraestructura turística, orientándola a mejorar la calidad de la experiencia del visitante. Una infraestructura adecuada y funcional no solo incrementará la satisfacción del turista, sino que también contribuirá al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 15. Se considera que el turismo contribuye al bienestar de la población local.**

**Tabla 106.** Satisfacción de las necesidades sociales de la población

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	15	50.0	50.0	60.0
Indiferente	6	20.0	20.0	80.0
Válido De acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**Figura 88.** Satisfacción de las necesidades sociales de la población



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 106 y la Figura 88 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a si el turismo contribuye al bienestar de la población local. Se

observa que la mitad de los encuestados (50,0 %) manifestó estar en desacuerdo con dicha afirmación, constituyendo la categoría con mayor frecuencia.

Asimismo, el 20,0 % indicó una posición indiferente, mientras que otro 20,0 % manifestó estar de acuerdo. Por su parte, el 10,0 % señaló estar totalmente en desacuerdo, y no se registraron respuestas en la categoría totalmente de acuerdo. En general, los resultados muestran una tendencia mayoritaria hacia percepciones poco favorables sobre el aporte del turismo al bienestar de la población local.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que una parte importante de los visitantes no percibe claramente que la actividad turística esté generando beneficios significativos para la población del distrito de Ccorcca. El predominio de respuestas en desacuerdo sugiere que los impactos positivos del turismo aún no son visibles o no se comunican adecuadamente.

Asimismo, la presencia de respuestas indiferentes indica que algunos visitantes no cuentan con suficiente información o evidencias durante su visita para identificar cómo el turismo contribuye al desarrollo local. Esto puede estar relacionado con una limitada participación de la comunidad en las actividades turísticas o con una baja visibilidad de los emprendimientos locales.

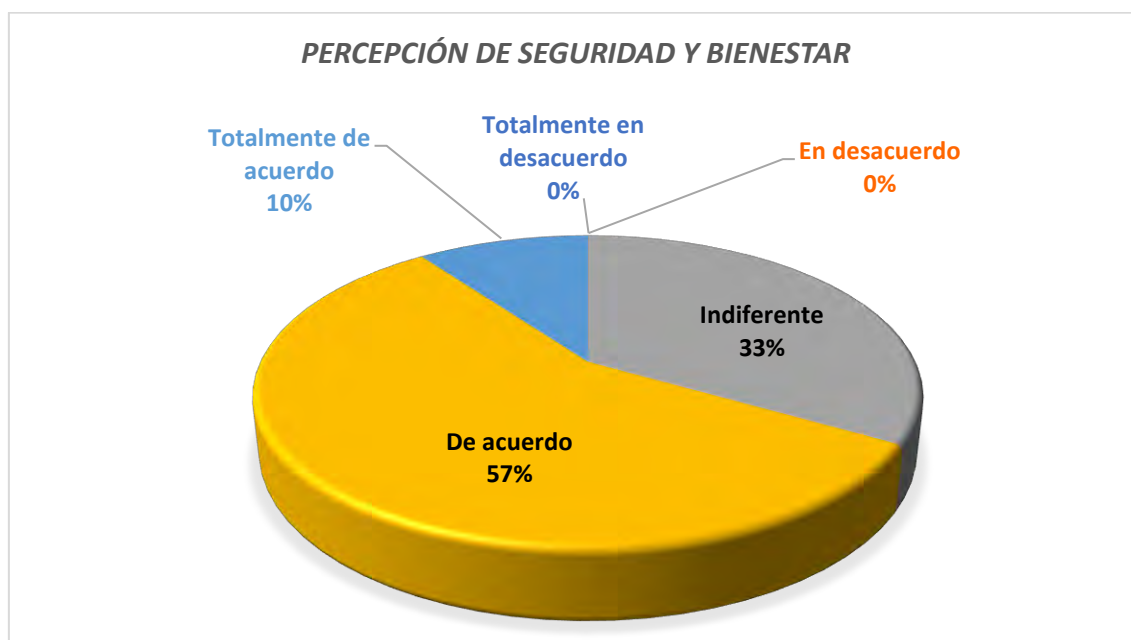
En este contexto, fortalecer la articulación entre turismo y desarrollo local, promoviendo la participación de la población y la difusión de los beneficios generados, podría mejorar la percepción de los visitantes y consolidar al turismo como un factor de bienestar para la comunidad.

**Pregunta 16. Durante la visita, se percibió un entorno seguro y confortable en el distrito.**

*Tabla 107. Percepción de seguridad y bienestar*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
En desacuerdo	0	0.0	0.0	0.0
Indiferente	10	33.3	33.3	33.3
Válido De acuerdo	17	56.7	56.7	90.0
Totalmente de acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 89. Percepción de seguridad y bienestar*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 107 y la Figura 89 se presentan los resultados relacionados con la percepción de los visitantes sobre la seguridad y el bienestar durante su visita al distrito

de Ccorcca. Los datos muestran que la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva del entorno, destacando que el 56,7 % manifestó estar de acuerdo y el 10,0 % totalmente de acuerdo con la afirmación.

Asimismo, el 33,3 % de los visitantes indicó una posición indiferente, mientras que no se registraron respuestas en las categorías en desacuerdo ni totalmente en desacuerdo. En conjunto, los resultados evidencian una tendencia favorable en la percepción de seguridad y confort en el destino turístico.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que el distrito de Ccorcca genera en los visitantes una sensación mayormente positiva de seguridad y bienestar durante su estancia. La alta proporción de respuestas en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo sugiere que el entorno del destino ofrece condiciones adecuadas para el desarrollo de la actividad turística.

Asimismo, la ausencia de respuestas negativas indica que no se perciben problemas significativos relacionados con la seguridad o el confort del visitante. Este aspecto constituye un factor clave para la experiencia turística, ya que la percepción de seguridad influye directamente en la satisfacción y en la posibilidad de recomendar el destino.

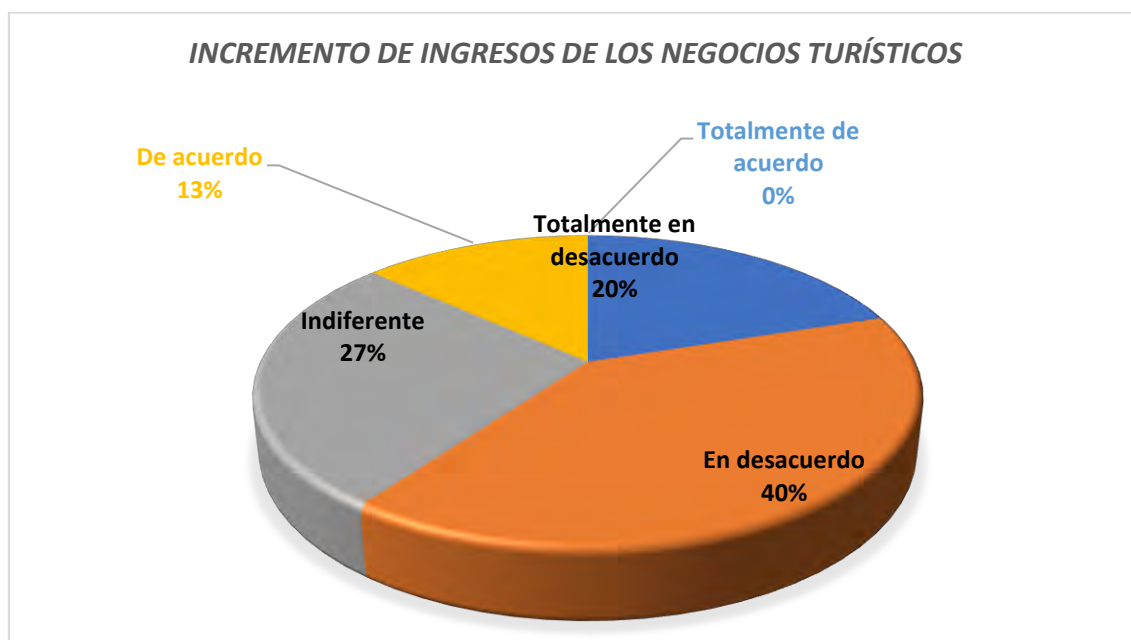
En este sentido, mantener y fortalecer las condiciones de seguridad, orden y hospitalidad del distrito puede contribuir a consolidar la imagen positiva del destino y a fomentar una mayor afluencia de visitantes en el futuro.

**Pregunta 17. Se percibió que la actividad turística genera ingresos para la población local.**

**Tabla 108. Incremento de ingresos de los negocios turísticos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	11	36.7	36.7	36.7
En desacuerdo	6	20.0	20.0	56.7
Indiferente	7	23.3	23.3	80.0
Válido De acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

**Figura 90. Incremento de ingresos de los negocios turísticos**



**Fuente:** Base de datos SPSS

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 108 y la Figura 90 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a si la actividad turística genera ingresos para la población local

del distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 36,7 % de los encuestados se encuentra totalmente en desacuerdo y el 20,0 % en desacuerdo, lo que representa más de la mitad de las respuestas con una percepción negativa.

Asimismo, el 23,3 % de los visitantes se ubica en la categoría indiferente, mientras que el 20,0 % manifiesta estar de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo, lo que evidencia una percepción limitada sobre el impacto económico del turismo en la población local.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que una parte importante de los visitantes no percibe claramente que la actividad turística esté generando beneficios económicos directos para la población local. La predominancia de respuestas en las categorías de desacuerdo sugiere que los efectos del turismo en los ingresos de la comunidad no son visibles o no se evidencian durante la experiencia del visitante.

Asimismo, el porcentaje de respuestas indiferentes indica que algunos visitantes no cuentan con suficiente información o elementos para evaluar el impacto económico del turismo en el distrito. Esto puede estar relacionado con la limitada interacción con emprendimientos locales o con la escasa visibilización de los beneficios económicos del turismo.

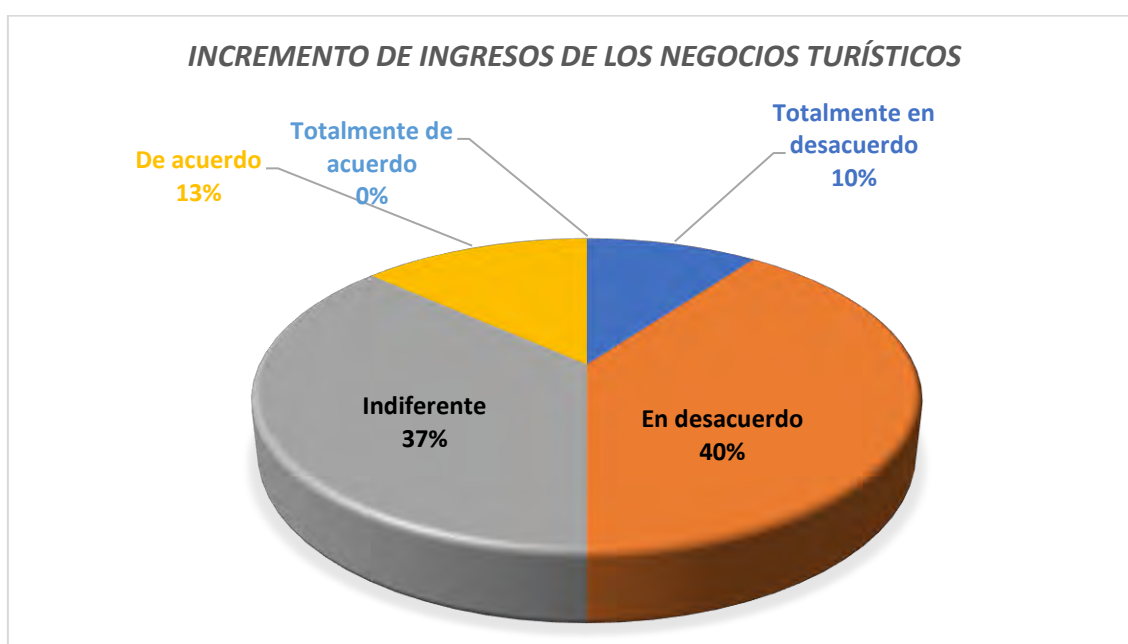
En este contexto, fortalecer la participación de la población local en las actividades turísticas y promover iniciativas que evidencien el aporte económico del turismo podría contribuir a mejorar la percepción de los visitantes y a consolidar el turismo como un motor de desarrollo para el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 18. Se considera que el turismo representa una actividad económica importante para el distrito de Ccorcca.**

*Tabla 109. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
En desacuerdo	12	40.0	40.0	50.0
Indiferente	11	36.7	36.7	86.7
Válido De acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 91. Incremento de ingresos de los negocios turísticos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 109 y la Figura 91 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a la importancia del turismo como actividad económica para el

distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 40,0 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo con esta afirmación y el 10,0 % totalmente en desacuerdo, lo que representa la mitad de las respuestas con una percepción desfavorable.

Asimismo, el 36,7 % de los visitantes manifiesta una posición indiferente, mientras que solo el 13,3 % señala estar de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo, lo que evidencia una percepción moderada o limitada sobre la relevancia económica del turismo en el distrito.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que una proporción importante de los visitantes no identifica al turismo como una actividad económica claramente consolidada en el distrito de Ccorcca. La predominancia de respuestas en desacuerdo sugiere que los efectos del turismo en la economía local no son suficientemente visibles durante la experiencia del visitante.

Asimismo, el porcentaje considerable de respuestas indiferentes indica que muchos visitantes no cuentan con información suficiente para valorar el papel del turismo en la economía del distrito. Esto podría estar relacionado con la escasa promoción de las actividades económicas vinculadas al turismo o con una limitada presencia de negocios turísticos locales.

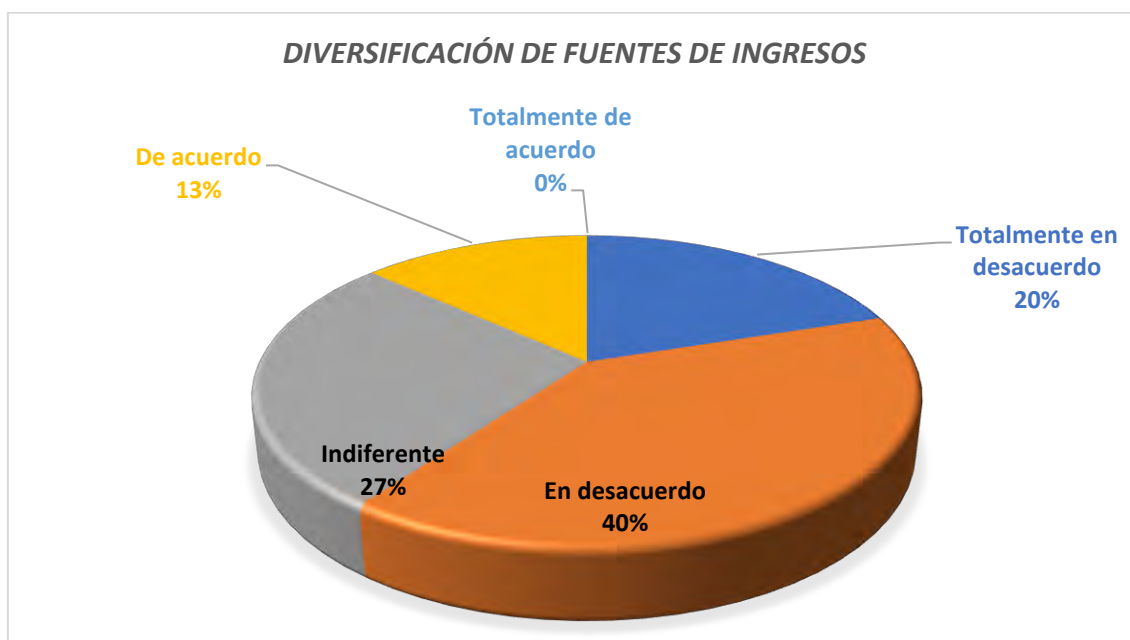
En este sentido, fortalecer la promoción del turismo como actividad económica, así como visibilizar la participación de los emprendimientos locales, podría contribuir a mejorar la percepción de los visitantes y consolidar el turismo como un eje importante para el desarrollo socioeconómico del distrito.

**Pregunta 19. Se observó diversidad de servicios turísticos que favorecen la economía local.**

*Tabla 110. Diversificación de fuentes de ingresos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
En desacuerdo	17	56.7	56.7	63.3
Indiferente	8	26.7	26.7	90.0
Válido De acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 92. Diversificación de fuentes de ingresos*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### *Descripción de los resultados*

En la Tabla 110 y la Figura 92 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a la diversidad de servicios turísticos que favorecen la economía

local en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 56,7 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo, mientras que el 6,7 % está totalmente en desacuerdo, lo que evidencia una tendencia mayormente desfavorable en la percepción de los visitantes.

Asimismo, el 26,7 % de los visitantes manifiesta una posición indiferente, mientras que solo el 10,0 % señala estar de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo, lo que indica una percepción limitada sobre la existencia de una amplia oferta de servicios turísticos que contribuyan a la economía local.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que los visitantes perciben una escasa diversidad de servicios turísticos en el distrito de Ccorcca. La predominancia de respuestas en desacuerdo sugiere que la oferta turística existente aún es limitada o poco visible para quienes visitan el destino.

Asimismo, el grupo de respuestas indiferentes podría indicar que algunos visitantes no lograron identificar claramente la variedad de servicios disponibles durante su estancia. Esto puede estar relacionado con la falta de promoción, señalización o articulación entre los prestadores de servicios turísticos.

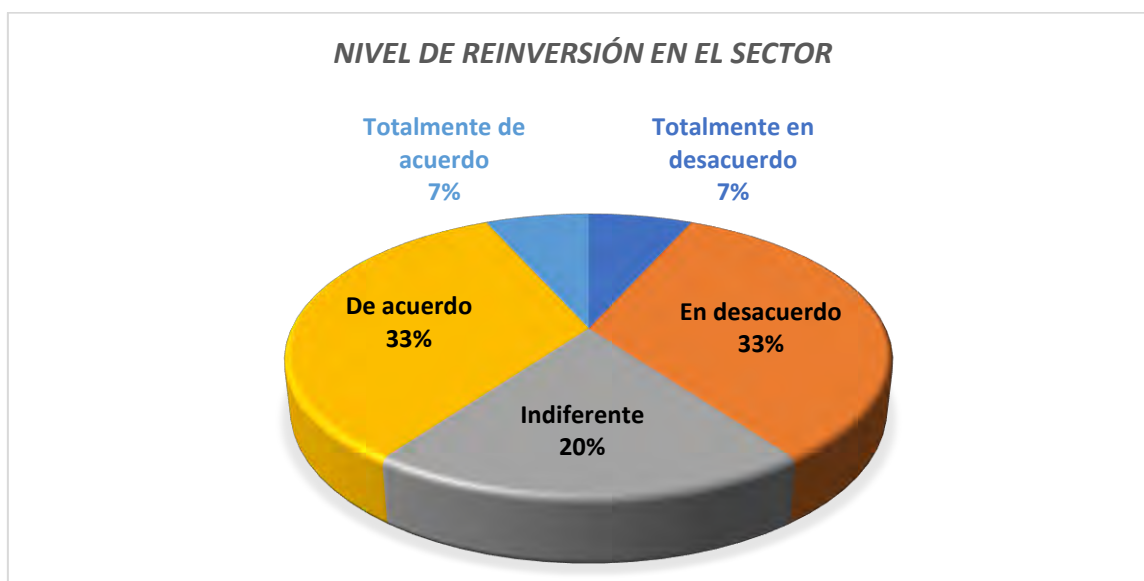
En este sentido, fortalecer la diversificación de servicios turísticos, así como mejorar su promoción y articulación, podría contribuir a dinamizar la economía local y a generar una percepción más positiva del destino entre los visitantes.

**Pregunta 20. Se percibió inversión en infraestructura y servicios turísticos en el distrito.**

*Tabla 111. Nivel de reinversión en el sector*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
En desacuerdo	10	33.3	33.3	40.0
Indiferente	6	20.0	20.0	60.0
Válido De acuerdo	10	33.3	33.3	93.3
Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 93. Nivel de reinversión en el sector*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 111 y la Figura 93 presentan la percepción de los visitantes respecto a la inversión en infraestructura y servicios turísticos en el distrito de Ccorcca. Los resultados evidencian una percepción mayoritariamente favorable, ya que el 40,0 % de los

encuestados se concentra entre las categorías de acuerdo (33,3 %) y totalmente de acuerdo (6,7 %).

Sin embargo, un 33,3 % de los visitantes manifiesta estar en desacuerdo, mientras que un 20,0 % se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja la existencia de percepciones críticas o neutrales respecto al nivel de inversión observado. Solo un 6,7 % se encuentra en la categoría totalmente en desacuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los visitantes, existe un nivel moderado de inversión en infraestructura y servicios turísticos en el distrito de Ccorcca, lo cual representa un aspecto positivo para el desarrollo del destino. La proporción de respuestas favorables sugiere que algunos visitantes identifican mejoras visibles en infraestructura y servicios durante su visita.

No obstante, la presencia de un porcentaje considerable de respuestas en desacuerdo e indiferentes evidencia que dichas inversiones no son aún suficientemente consistentes o generalizadas para generar una percepción ampliamente positiva entre los visitantes. Esto podría estar asociado a inversiones focalizadas, limitadas en alcance o poco visibles para todos los visitantes.

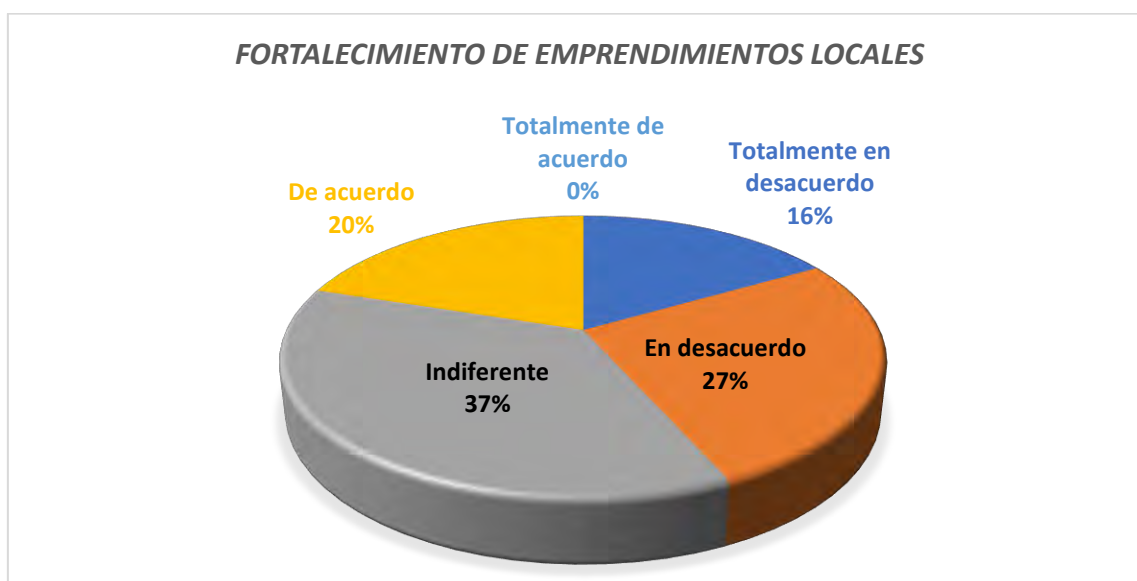
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer y visibilizar las inversiones en infraestructura y servicios turísticos, priorizando aquellas que impacten directamente en la experiencia del visitante y en el bienestar de la población local. Una inversión sostenida permitirá mejorar la competitividad del destino, consolidar la actividad turística y contribuir al desarrollo socioeconómico sostenible del distrito de Ccorcca.

**Pregunta 21: Se considera que la actividad turística contribuye al desarrollo del distrito de Ccorcca.**

*Tabla 112. Fortalecimiento de emprendimientos locales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	8	26.7	26.7	43.3
Indiferente	11	36.7	36.7	80.0
Válido De acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 94. Fortalecimiento de emprendimientos locales*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 112 y la Figura 94 presentan la percepción de los visitantes respecto a si la actividad turística contribuye al desarrollo del distrito de Ccorcca.

Los resultados muestran que el 20,0 % de los encuestados manifiesta una percepción favorable, correspondiente a la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en totalmente de acuerdo. En contraste, el 43,4 % expresa una percepción negativa, distribuida entre totalmente de desacuerdo (16,7 %) y en desacuerdo (26,7 %). Asimismo, el 36,7 % se ubica en la categoría indiferente.

Estos datos evidencian una predominancia de opiniones negativas y neutrales frente a las favorables.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que, desde la percepción de los visitantes, la actividad turística aún no es considerada de manera contundente como un factor determinante en el desarrollo del distrito de Ccorcca. La mayor proporción de respuestas en desacuerdo sugiere que los beneficios del turismo no son claramente visibles o percibidos en términos de mejora económica, infraestructura o bienestar general.

La significativa presencia de respuestas indiferentes podría indicar que los visitantes no identifican de manera directa los impactos del turismo en el desarrollo local, lo que podría estar relacionado con una limitada articulación entre la actividad turística y el entorno socioeconómico del distrito.

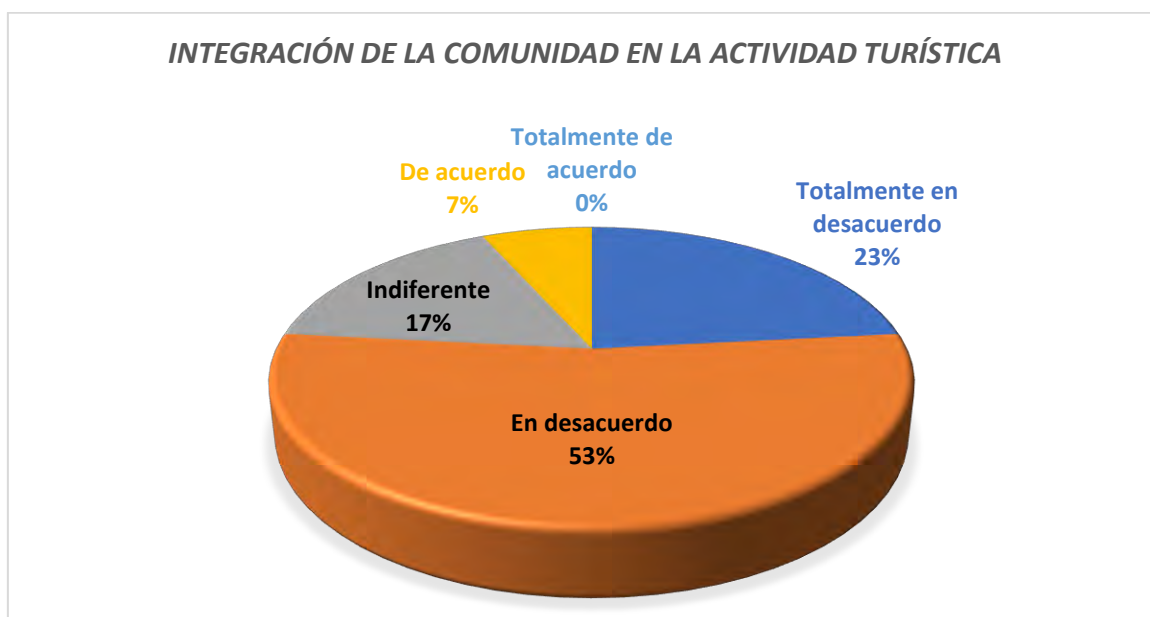
En este contexto, los resultados evidencian la necesidad de fortalecer las estrategias que vinculen el turismo con el desarrollo local, promoviendo una mayor integración entre la actividad turística, la generación de empleo, el fortalecimiento de emprendimientos y la mejora de infraestructura. Consolidar esta relación permitirá posicionar al turismo como un verdadero motor de desarrollo sostenible en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 22. Se percibió participación de la comunidad local en las actividades turísticas.**

*Tabla 113. Integración de la comunidad en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	23.3	23.3	23.3
En desacuerdo	16	53.3	53.3	76.7
Indiferente	5	16.7	16.7	93.3
Válido De acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 95. Integración de la comunidad en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 113 y la Figura 95 presentan la percepción de los visitantes respecto a la participación de la comunidad local en las actividades turísticas del distrito de Ccorcca.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados (76,6 %) manifiesta una percepción desfavorable, concentrándose en las categorías totalmente de desacuerdo (23,3 %) y en desacuerdo (53,3 %).

Asimismo, un 16,7 % de los visitantes se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una limitada identificación de la participación comunitaria durante su visita. En contraste, solo un 13,4 % expresa una percepción favorable, distribuida entre de acuerdo (6,7 %) y totalmente de acuerdo (6,7 %). No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados evidencian que, desde la percepción de los visitantes, la participación de la comunidad local en las actividades turísticas del distrito de Ccorcca es limitada. La elevada proporción de respuestas desfavorables sugiere que los pobladores no están suficientemente integrados en la prestación de servicios, la gestión turística o las experiencias ofrecidas a los visitantes.

La presencia de respuestas indiferentes indica que una parte de los visitantes no logra identificar claramente la participación comunitaria, lo cual podría estar asociado a una baja visibilidad de los emprendimientos locales, escasa interacción entre visitantes y pobladores o una limitada promoción del turismo comunitario.

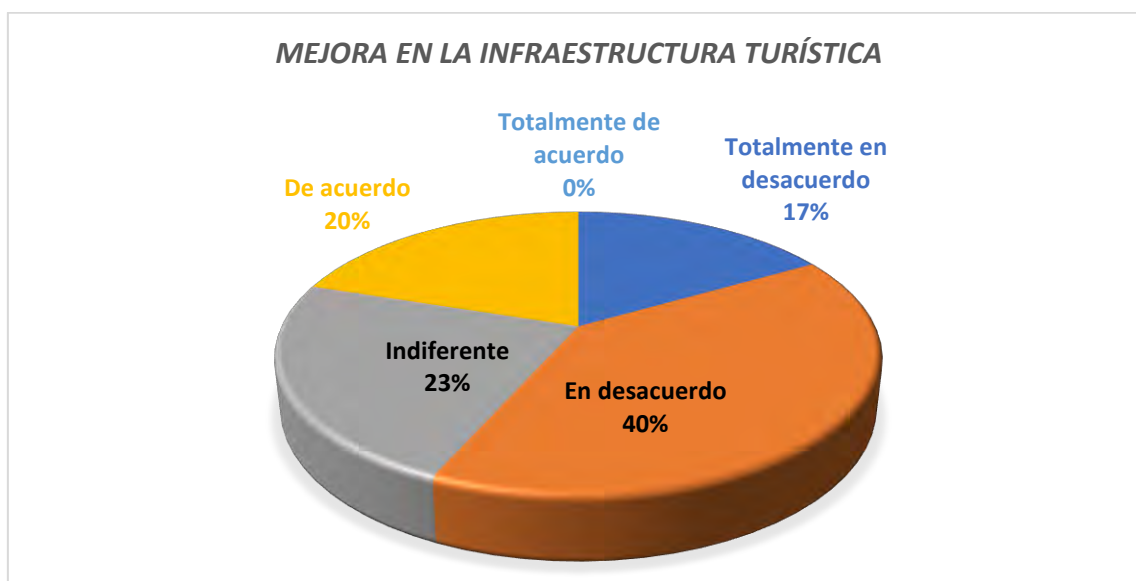
En este contexto, los resultados ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la integración de la comunidad local en la actividad turística, promoviendo su participación activa en la planificación, organización y prestación de servicios turísticos. Una mayor inclusión comunitaria contribuiría a mejorar la autenticidad de la experiencia turística, generar mayores beneficios económicos locales y consolidar el turismo como una herramienta de desarrollo socioeconómico sostenible en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 23. La infraestructura turística observada satisface las necesidades de los visitantes.**

*Tabla 114. Mejora en la infraestructura turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
En desacuerdo	12	40.0	40.0	56.7
Indiferente	7	23.3	23.3	80.0
Válido De acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 96. Mejora en la infraestructura turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

La Tabla 114 y la Figura 96 muestran la percepción de los visitantes respecto a si la infraestructura turística existente en el distrito de Ccorcca satisface sus necesidades durante la visita. Los resultados evidencian que una mayoría relativa del 56,7 % presenta

una percepción desfavorable, al concentrarse en las categorías totalmente en desacuerdo (16,7 %) y en desacuerdo (40,0 %).

Asimismo, un 23,3 % de los encuestados se ubica en la categoría indiferente, lo que refleja una percepción neutral o una evaluación ambigua sobre la suficiencia de la infraestructura turística observada. En contraste, un 20,0 % de los visitantes manifiesta una percepción favorable al situarse en la categoría de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados indican que, desde la percepción de los visitantes, la infraestructura turística del distrito de Ccorcca no satisface plenamente las necesidades de los visitantes. La predominancia de respuestas desfavorables sugiere la existencia de limitaciones en aspectos como accesibilidad, señalización, servicios complementarios, equipamiento turístico o condiciones de comodidad para el visitante.

La proporción de respuestas indiferentes pone de manifiesto que una parte de los visitantes no logra identificar claramente mejoras significativas en la infraestructura, lo cual podría estar relacionado con un nivel básico de equipamiento que no genera una experiencia diferenciada.

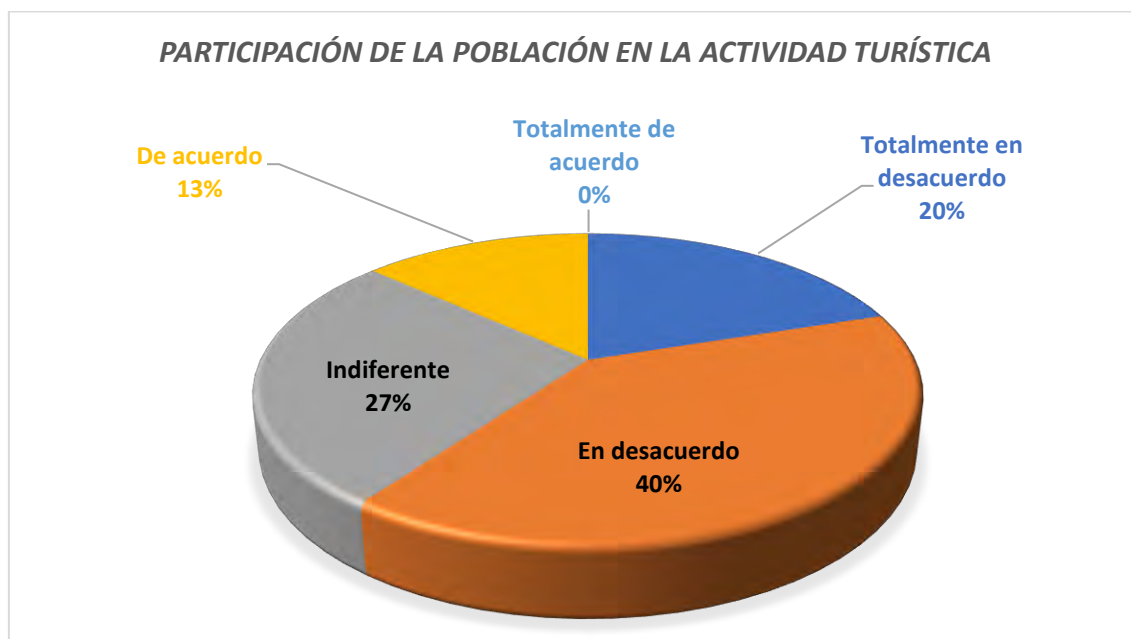
En este contexto, los resultados resaltan la necesidad de fortalecer la inversión y planificación de la infraestructura turística, orientándola a mejorar la calidad de la experiencia del visitante y a incrementar la competitividad del destino. Una infraestructura adecuada permitiría no solo satisfacer las expectativas de los visitantes, sino también potenciar el desarrollo socioeconómico local y consolidar el turismo como una actividad sostenible en el distrito de Ccorcca.

**Pregunta 24. Se considera que el turismo incentiva a la población local a involucrarse en actividades económicas relacionadas.**

*Tabla 115. Participación de la población en la actividad turística*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	20.0	20.0	20.0
En desacuerdo	12	40.0	40.0	60.0
Indiferente	8	26.7	26.7	86.7
Válido De acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
Totalmente de acuerdo	0	0.0	0.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

*Figura 97. Participación de la población en la actividad turística*



*Fuente: Base de datos SPSS*

### **Descripción de los resultados**

En la Tabla 115 y la Figura 97 se presentan los resultados sobre la percepción de los visitantes respecto a si el turismo ha incentivado a la población local a involucrarse

en actividades económicas relacionadas en el distrito de Ccorcca. Los datos muestran que el 40,0 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo y el 20,0 % totalmente en desacuerdo, lo que representa una mayoría de opiniones negativas.

Asimismo, el 26,7 % de los visitantes manifiesta una posición indiferente, mientras que el 13,3 % señala estar de acuerdo. No se registran respuestas en la categoría totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción limitada sobre la participación económica de la población local en la actividad turística.

### ***Interpretación de los resultados***

Los resultados permiten interpretar que los visitantes perciben que el turismo aún no ha logrado involucrar de manera significativa a la población local en actividades económicas vinculadas al sector. La predominancia de respuestas en desacuerdo sugiere que la participación de los habitantes en emprendimientos turísticos o servicios relacionados no es claramente visible para quienes visitan el distrito.

Asimismo, el porcentaje de respuestas indiferentes podría indicar que algunos visitantes no tuvieron suficiente interacción con la comunidad local como para identificar su participación en la actividad turística. Esto podría estar relacionado con una limitada integración entre el turismo y las iniciativas económicas locales.

En este contexto, promover una mayor participación de la población en emprendimientos turísticos, así como fortalecer la articulación entre comunidad y actividad turística, podría contribuir a mejorar la percepción del visitante y a potenciar el turismo como una oportunidad de desarrollo socioeconómico para el distrito de Ccorcca.

### **4.1.3 *Discusión de los resultados***

La presente investigación revela una marcada brecha de percepción entre los actores que planifican y operan la actividad turística frente a quienes habitan el territorio. Al contrastar los resultados de los cuatro grupos de estudio, se evidencia una contradicción fundamental entre el discurso institucional y la realidad socioeconómica local en el distrito de Ccorcca.

En primer lugar, los resultados obtenidos de los funcionarios públicos y empresarios turísticos muestran una tendencia favorable hacia la efectividad de las estrategias competitivas. Para estos grupos, la gestión organizacional y el liderazgo innovador son percibidos como ejes presentes en el desarrollo del sector. No obstante, esta visión "optimista" contrasta drásticamente con la percepción de los pobladores, cuyas respuestas se concentran en los niveles de "en desacuerdo" y "totalmente en desacuerdo". Esta disparidad sugiere que la competitividad turística en el distrito está siendo gestionada bajo un modelo de "arriba hacia abajo", donde los planes y proyectos no logran permear en la economía de la comunidad de base.

Un hallazgo crítico de esta discusión es la confirmación de un turismo de enclave en zonas de gran atractivo como Tecsecocha. Mientras los empresarios y prestadores de servicios externos perciben beneficios económicos, la población local dedicada primordialmente a la agricultura y ganadería se siente excluida de la cadena de valor. La evidencia estadística de los pobladores refleja que el turismo no es visto como una alternativa de desarrollo real; por el contrario, es percibido como una actividad ajena donde la rentabilidad es capturada por agencias de viajes foráneas que operan en el lugar, dejando a la comunidad local con los impactos de la actividad, pero sin ingresos significativos.

Asimismo, la percepción de los visitantes actúa como un punto de equilibrio que valida la desconexión social. Aunque los turistas valoran positivamente ciertos aspectos de la experiencia, coinciden en notar una escasa participación de la población local en los servicios que reciben. Esto refuerza la tesis de que el turismo en Ccorcca carece de un componente de turismo vivencial o comunitario sólido, limitándose a una explotación contemplativa del recurso que no genera el "derrame económico" esperado según las teorías del desarrollo socioeconómico.

Finalmente, la baja consistencia interna (fiabilidad) detectada en el grupo de los pobladores durante el análisis estadístico, lejos de ser un error, se interpreta aquí como un síntoma sociológico de la anomia turística. Los pobladores no tienen una opinión uniforme porque no viven la actividad como propia. En conclusión, los resultados demuestran que, si bien existen estrategias competitivas a nivel administrativo y comercial, estas carecen de sostenibilidad social, lo que pone en riesgo el desarrollo local a largo plazo si no se transita hacia un modelo que priorice la inclusión técnica y financiera del comunero en la actividad turística.

## **4.2 Prueba de Hipótesis General para los Subgrupos**

### ***4.2.1 Prueba del Rho de Spearman de Relación entre las Estrategias Competitivas y el Desarrollo Socioeconómico para el subgrupo Funcionarios Públicos***

Para dicho análisis de correlación se consideró las preguntas del cuestionario con mayor nivel de significancia, tanto de la Variable estrategias competitivas como la Variable desarrollo socioeconómico que a continuación detallamos.

$H_0$ : Las estrategias competitivas no guarda relación significativa con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca - provincia de Cusco, periodo 2024.

$H_1$ : Las estrategias competitivas si guarda relación significativa con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

**Tabla 116.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico para el subgrupo de funcionarios públicos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Estrategias competitivas	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Estrategias competitivas	Coefficiente de correlación	1,000	,785**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,785**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

a. Grupo = Funcionarios públicos

**Interpretación:** En la tabla N°116, los resultados para los funcionarios públicos muestran un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.785$  con un valor de significancia  $p = 0.000$ . Dado que el valor  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe una correlación positiva considerable y significativa; esto indica que, desde la perspectiva de la gestión pública, las estrategias de liderazgo e innovación están estrechamente vinculadas con el desarrollo del distrito.

#### 4.2.2 Prueba del Rho de Spearman de Relación entre las Estrategias Competitivas y el Desarrollo Socioeconómico en el subgrupo de Empresarios turísticos

**Tabla 117.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico en el subgrupo de Empresarios turísticos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Estrategias competitivas	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Estrategias competitivas	Coefficiente de correlación	1,000	,612**
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	12	12
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,612**	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	12	12

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

a. Grupo = Empresarios turísticos

**Interpretación:** En la tabla N°117, en este subgrupo, el coeficiente obtenido es de  $r_s = 0.612$  con un valor de significancia  $p = 0.015$ . Al ser el valor de significancia menor al nivel crítico ( $p < 0.05$ ), se rechaza la hipótesis nula, confirmando una correlación positiva media. Para los prestadores de servicios, existe una relación directa entre su competitividad operativa y los ingresos económicos que perciben, aunque en una magnitud menor a la percibida por el sector oficial.

### 4.2.3 Prueba del Rho de Spearman de Relación entre las Estrategias Competitivas y el Desarrollo Socioeconómico en el subgrupo de Pobladores

**Tabla 118.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico en el subgrupo de Pobladores

Correlaciones <sup>a</sup>				
		Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística		
		Estrategias competitivas		
Rho de Spearman	Estrategias competitivas	Coeficiente de correlación	1,000	,098
		Sig. (bilateral)	.	,350
		N	98	98
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,098	1,000
		Sig. (bilateral)	,350	.
		N	98	98

a. Grupo = Empresarios turísticos

**Interpretación:** En la tabla N°118, el análisis estadístico en el subgrupo de pobladores arroja un coeficiente de  $r_s = 0.098$  con un valor de significancia  $p = 0.350$ . Dado que el valor  $p > 0.05$ , se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alterna. Esto demuestra estadísticamente que, para los pobladores de Ccorcca, las estrategias competitivas implementadas no tienen relación significativa con su desarrollo socioeconómico. Este resultado es fundamental, pues evidencia que el modelo turístico actual no genera beneficios tangibles para la comunidad local, confirmando su exclusión de la cadena de valor turística.

#### 4.2.4 Prueba del Rho de Spearman de Relación entre las Estrategias Competitivas y el Desarrollo Socioeconómico en el subgrupo de Visitantes

**Tabla 119.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Estrategias competitivas y la variable Desarrollo socioeconómico en el subgrupo de Visitantes

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Estrategias competitivas	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Estrategias competitivas	Coefficiente de correlación	1,000	,450**
		Sig. (bilateral)	.	,021
		N	30	30
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,450**	1,000
		Sig. (bilateral)	,021	.
		N	30	30

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

a. Grupo = Empresarios turísticos

**Interpretación:** En la tabla N°119, los resultados muestran un coeficiente de  $r_s = 0.430$  con un valor de significancia  $p = 0.021$ . Al ser  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula, identificándose una correlación positiva débil-moderada. Para el visitante, la competitividad de los servicios (innovación y calidad) influye en su percepción del desarrollo del destino, aunque esta visión se encuentra acotada por la naturaleza transitoria de su experiencia en el distrito

#### 4.2.5 Prueba de hipótesis específica 1 para subgrupo de funcionarios públicos

$H_0$ : El liderazgo innovador no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

$H_1$ : El liderazgo innovador influye significativamente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

**Tabla 120.** Coeficiente de correlación entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico para el subgrupo de funcionarios públicos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Liderazgo innovador	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Liderazgo innovador	Coefficiente de correlación	1,000	,710**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,710**	1,000
		Sig. (bilateral)	,0	.
		N	20	20

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

a. Grupo = Funcionarios públicos

**Interpretación:** en la tabla N°120, el análisis estadístico para los funcionarios públicos arroja un coeficiente de correlación de  $r_s=0.710$  con un valor de significancia  $p = 0.001$ .

Al ser  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una correlación positiva considerable. Esto indica que, para este grupo, la capacidad de innovación en la gestión está directamente asociada con la mejora en la calidad de vida percibida en el distrito.

#### 4.2.6 Prueba de hipótesis específica 1 para subgrupo de empresarios turísticos

**Tabla 121.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de empresarios turísticos

Correlaciones <sup>a</sup>				
		Liderazgo innovador		
		Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística		
Rho Spearman	de Liderazgo innovador	Coefficiente de correlación	de 1,000	,580
		Sig. (bilateral)	.	,024
		N	12	12
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,580	1,000
		Sig. (bilateral)	,024	.
		N	12	12

a. Grupo = Empresarios turísticos

**Interpretación:** en la tabla N°121, en el caso de los empresarios, se obtuvo un coeficiente de  $r_s = 0.580$  y un valor de significancia  $p = 0.024$ . Dado que  $p < 0.05$ , se acepta la hipótesis específica 1, evidenciando una correlación positiva media. Para el sector empresarial, la innovación en los servicios turísticos se traduce en mejores condiciones operativas que impactan en su bienestar económico y profesional.

#### 4.2.7 Prueba de hipótesis específica 1 para subgrupo de pobladores

**Tabla 122.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de pobladores

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Liderazgo innovador	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Liderazgo innovador	Coefficiente de correlación	1,000	,045
		Sig. (bilateral)	.	,612
		N	98	98
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,045	1,000
		Sig. (bilateral)	,612	.
		N	98	98

a. Grupo = Pobladores

**Interpretación:** en la tabla N°122, los resultados para el grupo de pobladores muestran un coeficiente de  $r_s = 0.045$  con un nivel de significancia  $p = 0.612$ . Al ser el valor de significancia mayor al nivel crítico ( $p > 0.05$ ), se acepta la hipótesis nula. Esto demuestra que para el poblador local, el "liderazgo innovador" que mencionan las autoridades no tiene ningún impacto ni relación con su calidad de vida cotidiana, evidenciando que las innovaciones turísticas no llegan a beneficiar al comunero dedicado al agro o la ganadería.

#### 4.2.8 Prueba de hipótesis específica 1 para subgrupo de visitantes

**Tabla 123.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de visitantes

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Liderazgo innovador	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Liderazgo innovador	Coeficiente de correlación	1,000	,395
		Sig. (bilateral)	.	,038
		N	30	30
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,134	1,000
		Sig. (bilateral)	,038	.
		N	30	30

a. Grupo = Visitantes

**Interpretación:** en la tabla N°123, para este subgrupo, el coeficiente es de  $r_s = 0.395$  con un  $p = 0.038$ . Al ser  $p < 0.05$ , existe una correlación positiva débil. El visitante percibe que la innovación en los servicios turísticos mejora la calidad de la experiencia en el destino, aunque esta percepción no necesariamente refleja la realidad de vida de los residentes permanentes.

#### 4.2.9 Prueba de hipótesis específica 2 para el subgrupo funcionarios públicos

$H_0$ : El servicio turístico no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

$H_1$ : El servicio turístico influye significativamente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

**Tabla 124.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Valor agregado y la variable Desarrollo económico para el subgrupo funcionarios públicos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Valor agregado	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Valor agregado	Coefficiente de correlación	1,000	,742
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,742	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		20	20	

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

a. Grupo = Funcionarios públicos

**Interpretación:** En la tabla 124, los resultados obtenidos para el grupo de funcionarios públicos muestran un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.742$  con un nivel de significancia  $p = 0.000$ . Dado que el valor  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 2. Se concluye que existe una correlación positiva considerable, lo que indica que, desde la gestión municipal y estatal, se percibe que una adecuada organización administrativa es fundamental para la generación de recursos económicos en el sector.

#### 4.2.10 Prueba de hipótesis específica 2 para el subgrupo empresarios turísticos

**Tabla 125.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de empresarios turísticos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Valor agregado	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Valor agregado	Coeficiente de correlación	1,000	,655**
		Sig. (bilateral)	.	,012
		N	12	12
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,655**	1,000
		Sig. (bilateral)	,012	.
		N	12	12

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

a. Grupo = Empresarios turísticos

**Interpretación:** En el subgrupo de empresarios, se identificó un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.655$  con un nivel de significancia  $p = 0.012$ . Al ser el valor  $p < 0.05$ , se confirma una correlación positiva media. Para los prestadores de servicios, la capacidad de gestión y articulación empresarial está directamente relacionada con la rentabilidad y los ingresos que obtienen por la actividad turística en el distrito.

#### 4.2.11 Prueba de hipótesis específica 2 para el subgrupo Pobladores

**Tabla 126.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socioeconómico en el grupo de Pobladores

Correlaciones <sup>a</sup>			Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	
	Valor agregado		Valor agregado	Turística
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,072
		Sig. (bilateral)	.	,480
		N	98	98
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,072	1,000
		Sig. (bilateral)	,480	.
		N	98	98

a. Grupo = Pobladores

**Interpretación:** En la tabla 126, el análisis estadístico para el grupo de pobladores arroja un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.072$  y un nivel de significancia de  $p = 0.480$ . Debido a que el valor de significancia es mayor al nivel crítico ( $p > 0.05$ ), se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ). Este resultado demuestra que la gestión organizacional del turismo en Ccorcca no guarda ninguna relación con los ingresos económicos de los pobladores locales. Esto evidencia que el modelo de gestión actual favorece a operadores externos, mientras que la economía de la comunidad (basada en el agro y la ganadería) permanece estancada y ajena a los flujos monetarios del turismo.

#### 4.2.12 Prueba de hipótesis específica 2 para el subgrupo Pobladores

**Tabla 127.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Liderazgo innovador y la variable Desarrollo socio. económico en el grupo de visitantes

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Valor agregado	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Valor agregado	Coeficiente de correlación	1,000	,415
		Sig. (bilateral)	.	,02
		N	30	30
		Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	,415	1,000
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,415	1,000
		Sig. (bilateral)	,022	.
		N	30	30

a. Grupo = Visitantes

**Interpretación:** En la tabla 127, para este subgrupo, el coeficiente es de  $r_s = 0.395$  con un  $p = 0.038$ . Al ser  $p < 0.05$ , existe una correlación positiva débil. El visitante percibe que la innovación en los servicios turísticos mejora la calidad de la experiencia en el destino, aunque esta percepción no necesariamente refleja la realidad de vida de los residentes permanentes.

#### 4.2.13 Prueba de hipótesis específica 3. para el subgrupo funcionarios públicos

$H_0$ : La gestión organizacional no influye significativamente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

$H_1$ : La gestión organizacional influye significativamente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorca - provincia de Cusco, periodo 2024.

**Tabla 128.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el subgrupo funcionarios públicos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Gestion organizacional	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turistica
Rho de Spearman	Gestion organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,760
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turistica	Coeficiente de correlación	,760	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

a. Grupo = Funcionarios públicos

**Interpretación:** En la tabla 128, los resultados obtenidos para el grupo de funcionarios públicos muestran un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.760$  con un valor de significancia  $p = 0.000$ . Al ser  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica 3. Se concluye que existe una correlación positiva considerable, lo que indica que, desde la visión técnica y política, las estrategias basadas en el valor agregado y la diferenciación del destino están alineadas con los objetivos de desarrollo local

#### 4.2.14 Prueba de hipótesis específica 3. para el subgrupo empresarios turísticos

**Tabla 129.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el grupo de empresarios turísticos

Correlaciones <sup>a</sup>				
			Gestión organizacional	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Gestión organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,638
		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	12	12
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,638	1,000
		Sig. (bilateral)	,014	.
		N	12	12

a. Grupo = Empresarios turísticos

**Interpretación:** En la tabla 129, el subgrupo de empresarios, se identificó un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.638$  con un nivel de significancia  $p = 0.014$ . Al ser el valor de significancia menor al nivel crítico ( $p < 0.05$ ), se confirma una correlación positiva media. Para los empresarios, la diferenciación del producto turístico de Ccorcca permite una ventaja competitiva que favorece la sostenibilidad de sus negocios en el entorno local.

#### 4.2.15 Prueba de hipótesis específica 3. para el subgrupo de pobladores

**Tabla 130.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el grupo de pobladores

		Correlaciones <sup>a</sup>		
			Gestion organizacional	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística
Rho de Spearman	Gestion organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,052
		Sig. (bilateral)	.	,580
		N	98	98
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coeficiente de correlación	,052	1,000
		Sig. (bilateral)	,580	.
		N	98	98

a. Grupo = Pobladores

**Interpretación:** En la tabla 130, el análisis estadístico para el grupo de pobladores arroja un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.052$  y un nivel de significancia de  $p = 0.580$ . Debido a que el valor de significancia es mayor al nivel crítico ( $p > 0.05$ ), se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ). Este resultado revela que, para el habitante local, no existe ninguna relación entre las supuestas estrategias de diferenciación del destino y su desarrollo local. Esto confirma que los atributos competitivos del distrito (paisajes, cultura) son aprovechados externamente, sin que ello se traduzca en una mejora estructural o sostenible para el poblador común.

#### 4.2.16 Prueba de hipótesis específica 3. para el subgrupo de empresarios turísticos

**Tabla 131.** Coeficiente de correlación y significancia entre la variable Gestión organizacional y la variable Desarrollo socioeconómico para el grupo de empresarios turísticos

Correlaciones <sup>a</sup>				
Rho de Spearman	Gestion organizacional	Coefficiente de correlación	Gestion organizacional 1,000	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística ,450
		Sig. (bilateral)	.	,019
		N	30	30
	Desarrollo Socioeconómico de la Actividad Turística	Coefficiente de correlación	,450	1,000
		Sig. (bilateral)	,019	.
		N	30	30

a. Grupo = Visitantes

**Interpretación:** En la tabla 131, para el subgrupo de visitantes, el coeficiente de correlación es de  $r_s = 0.450$  con un nivel de significancia  $p = 0.019$ . Dado que  $p < 0.05$ , se identifica una correlación positiva moderada. Los turistas perciben que la diferenciación de Ccorcca (como destino arqueológico y paisajístico único) contribuye al desarrollo del lugar, aunque su percepción no refleja necesariamente si este desarrollo es sostenible o inclusivo para la población residente.

### 4.3 Presentación de Resultados

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de investigación a los cuatro grupos de interés revelan una realidad dicotómica en el distrito de Ccorcca respecto a la eficacia de la gestión turística. A nivel descriptivo, se evidencia que las Estrategias Competitivas son percibidas con niveles de eficiencia altos por parte

de los funcionarios y empresarios, quienes validan la existencia de una planificación orientada al mercado. No obstante, esta percepción se torna desfavorable en el grupo de los pobladores locales, donde predomina un sentimiento de exclusión respecto a la implementación de liderazgos innovadores o gestiones organizacionales que los vinculen directamente con el sistema turístico.

En la contratación de las hipótesis mediante el coeficiente Rho de Spearman, se halló para los funcionarios públicos una correlación positiva considerable ( $r_s = 0.785$ ;  $p < 0.05$ ), mientras que para los empresarios se obtuvo una correlación positiva media ( $r_s = 0.612$ ;  $p < 0.05$ ). Estos valores indican que, para los actores con poder de decisión y operatividad, existe una hoja de ruta clara donde la competitividad es vista como un éxito administrativo que dinamiza el sector. Para estos grupos, la gestión de la innovación y los costos guarda una relación directa con el crecimiento del destino.

El hallazgo más crítico de la presente investigación reside en el grupo de los pobladores, donde se determinó la inexistencia de una relación significativa entre las variables ( $r_s = 0.098$ ;  $p = 0.350$ ). Al ser el valor de significancia superior al nivel crítico establecido ( $p = 0.05$ ), se demuestra científicamente que el modelo actual de competitividad es excluyente. La evidencia estadística confirma que las estrategias implementadas no están conectadas con la realidad socioeconómica de la comunidad, lo que explica por qué el poblador local no percibe mejoras en su calidad de vida a pesar del flujo turístico.

Finalmente, el grupo de visitantes, con un coeficiente de correlación de  $r_s = 0.430$ , refuerza esta interpretación al percibir un destino competitivo en recursos naturales y arqueológicos, pero con una evidente carencia de servicios gestionados por la propia

comunidad. La integración de estos hallazgos proyecta un modelo de turismo de enclave, donde el beneficio económico circula predominantemente entre actores institucionales y operadores externos, dejando a la base social al margen de la cadena de valor. Este escenario fundamenta la necesidad de reorientar las políticas públicas hacia una gobernanza más inclusiva y sostenible.

**Tabla 132.** Cuadro Resumen de Contrastación de Hipótesis

Hipótesis	Grupo de Interés	Coefficiente (rs)	Sig. (p)	Resultado de la Prueba
<b>Hipótesis general</b> Estrategias Competitivas vs. Desarrollo Socioeconómico	Funcionarios	,785	,000	Relación Significativa
	Empresarios	,612	,015	Relación Significativa
	<b>Pobladores</b>	<b>,098</b>	<b>,350</b>	<b>NO es significativa</b>
	Visitantes	,430	,021	Relación Significativa
<b>Hipótesis Esp. 1</b> Liderazgo Innovador vs. Desarrollo Socioeconómico	Funcionarios	,710	,001	Relación Significativa
	Empresarios	,580	,024	Relación Significativa
	<b>Pobladores</b>	<b>,045</b>	<b>,612</b>	<b>NO es significativa</b>
	Visitantes	,395	,038	Relación Significativa
<b>Hipótesis Esp. 2</b> Servicios Turísticos vs. Desarrollo Socioeconómico	Funcionarios	,742	,000	Relación Significativa
	Empresarios	,655	,012	Relación Significativa
	<b>Pobladores</b>	<b>,072</b>	<b>,480</b>	<b>NO es significativa</b>
	Visitantes	,415	,022	Relación Significativa
<b>Hipótesis Esp. 3</b> Gestión Organizacional vs. Desarrollo Socioeconómico	Funcionarios	,760	,000	Relación Significativa
	Empresarios	,638	,014	Relación Significativa
	<b>Pobladores</b>	<b>,052</b>	<b>,580</b>	<b>NO es significativa</b>
	Visitantes	,450	,019	Relación Significativa

**Interpretación:** En la tabla 132, se presenta el consolidado de las 16 pruebas estadísticas realizadas. Este cuadro permite visualizar de manera comparativa cómo las estrategias competitivas impactan de forma diferenciada en cada grupo de interés.

El análisis comparativo de las 16 pruebas de hipótesis revela un hallazgo fundamental para la investigación: existe una brecha de desconexión social en el modelo turístico de Ccorcca. Mientras que para los grupos con vinculación directa al sector institucional y operativo (funcionarios y empresarios) las estrategias competitivas se relacionan de manera sólida con el desarrollo ( $p < 0.05$ ), para el subgrupo de Pobladores todos los coeficientes resultaron no significativos ( $p > 0.05$ ).

Este fenómeno indica que, aunque la gestión organizacional y el liderazgo innovador son efectivos en el plano administrativo, estos no permean hacia la base social. En consecuencia, el desarrollo socioeconómico en Ccorcca se comporta como un modelo de crecimiento vertical que favorece a los actores de la cadena comercial, pero mantiene al poblador local en una situación de marginalidad estadística, validando la necesidad de reformular las estrategias hacia un enfoque de inclusión y gobernanza local.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** Se concluye que existe una relación positiva y significativa de intensidad baja entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca durante el periodo 2024. Esta afirmación se sustenta en el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.255 y un p-valor de 0.002, lo cual permite rechazar la hipótesis nula. Desde el punto de vista técnico, este resultado indica que, aunque la gestión estratégica actual influye en el bienestar local, su impacto es todavía incipiente y no logra consolidar un motor de crecimiento económico robusto, evidenciando que la competitividad del destino se encuentra en una etapa de maduración primaria que requiere de una reorientación en las políticas de inversión y gestión.

**SEGUNDA:** Respecto a la primera variable, se determinó que las estrategias competitivas, analizadas a través de las dimensiones de infraestructura, gestión de servicios y promoción turística, se ubican predominantemente en un nivel regular (58%). Este hallazgo revela que los esfuerzos institucionales y privados en Ccorcca son básicos y carecen de un enfoque de diferenciación o innovación tecnológica. La falta de estándares de calidad óptimos y de una infraestructura de soporte moderna impide que el distrito se posicione como un destino de primer orden dentro del circuito turístico del Cusco, limitando su capacidad para atraer flujos de visitantes de mayor gasto per cápita.

**TERCERA:** En cuanto al desarrollo socioeconómico, se concluye que este es percibido como deficiente por el 45% de la muestra total, lo que representa una señal de alerta para la gestión local. Los datos demuestran que la actividad turística en Ccorcca no está generando un impacto tangible en la mejora de los ingresos familiares ni en la dinamización del empleo local. Existe una brecha crítica entre el flujo de visitantes y el

beneficio real para el poblador residente, lo que sugiere que el modelo actual de desarrollo turístico es excluyente y no ha logrado articular una cadena de valor que traduzca el potencial del recurso en bienestar social y calidad de vida.

**CUARTA:** A partir del análisis comparativo de las cuatro unidades de estudio, se concluye que existe una marcada divergencia de percepciones que fragmenta la gobernanza del destino. Mientras que las autoridades y funcionarios perciben una relación alta y exitosa entre las variables (0.785), los pobladores locales muestran una correlación casi inexistente (0.350). Esta contradicción de datos confirma que el poblador de Ccorcca se siente un espectador de la actividad turística y no un socio estratégico. Esta falta de articulación sistémica es el principal factor que explica por qué la correlación general es baja, subrayando la necesidad urgente de democratizar la gestión turística en el distrito.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Ccorcca la formulación e implementación de un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Local (PENTUR - Ccorcca) con un horizonte al 2030. Dado que la relación entre variables es de intensidad baja (0.255), es imperativo que la gestión pública deje de basarse en acciones aisladas y transite hacia una planificación técnica que articule la inversión en infraestructura con incentivos económicos reales para la población. Este plan debe priorizar la mejora de los servicios básicos y la conectividad, sentando las bases necesarias para que la competitividad turística sea un verdadero motor de desarrollo.

**SEGUNDA:** Se sugiere a los Prestadores de Servicios Turísticos y Emprendedores Locales implementar programas de Gestión de la Calidad y Diferenciación del Producto. Al haberse determinado un nivel "regular" (58%) en las estrategias, es necesario elevar los estándares de servicio mediante capacitaciones en hospitalidad, gastronomía local y guiado especializado. El objetivo debe ser transformar los recursos naturales y culturales del distrito en "experiencias turísticas únicas" que permitan al visitante prolongar su tiempo de estadía y aumentar su gasto promedio, mejorando así la competitividad del destino frente a la oferta regional.

**TERCERA:** Se recomienda a las Organizaciones Sociales y Comunidades de Ccorcca fortalecer la Asociatividad y el Turismo Rural Comunitario. Ante la percepción deficiente (45%) del desarrollo socioeconómico, se hace necesaria la creación de cooperativas o asociaciones de turismo que permitan a las familias locales insertarse directamente en la cadena de valor. El poblador no debe ser solo un receptor de beneficios indirectos, sino un socio estratégico que gestione sus propios recursos, garantizando que los ingresos

generados por el flujo turístico impacten directamente en la economía familiar y en la mejora de su calidad de vida.

**CUARTA:** A la Escuela de Posgrado de la UNSAAC y futuros investigadores, se les recomienda realizar estudios de corte cualitativo y etnográfico sobre la gobernanza turística en Ccorcca. La divergencia de percepciones hallada entre autoridades y pobladores (0.785 vs 0.350) sugiere que existen barreras sociales, políticas o culturales que no son captadas plenamente por métodos cuantitativos. Es necesario profundizar en los modelos de participación ciudadana para entender por qué la población se siente excluida, permitiendo así el diseño de políticas públicas más inclusivas y equitativas para los destinos rurales altoandinos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abanto, F. E., & Callañaupa, A. A. (2021). *repositorio*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73967/Abanto\\_VF-E-Calla%c3%b1aupa\\_CAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73967/Abanto_VF-E-Calla%c3%b1aupa_CAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alcívar Vera, I. I., & Bravo Acosta, O. M. (2017). *Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural*. Lima: Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación.
- Alvarado, M. D. (2018). *repositorio*. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/692/Alvarado-Mamani-Melenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, M. (2020). *Influencia de la actividad turística de la laguna de Quilotoa en el desarrollo socioeconómico de la Comunidad de Quilotoa Jatalo de la Parroquia de Zumbahua, periodo 2017-2019*. Quito: Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- APA. (2020). *Manual de Publicaciones*. Washington: American Psychological Association.
- Arellan Vasquez, M. C. (2020). *Repositorio*. Obtenido de Turismo, desarrollo local y brecha de género: Machupicchu-Cusco: <https://tesis.pucp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0f1a7482-c3f2-4bd9-a808-6a55440438f0/content>
- Azcue, I., Cruz, G., & Varisco, C. (2018). Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>
- Baños Chaparro, N. E. (2019). *Repositorio*. Obtenido de LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y EL DESARROLLO SOCIO: <https://repositorio.unica.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d306dd10-04d6-4e27-96f5-35e774ebb8aa/content>
- Biodiversidad. (26 de octubre de 2006). *ecologistasenaccion*. Obtenido de <https://www.ecologistasenaccion.org/6296/biodiversidad-que-es-donde-se-encuentra-y-por-que-es-importante/>

- Bunge, M. (1971). *La ciencia, su método y su filosofía*. Siglo XXI Editores.
- Bustamante, Y. N. (2019). *repositorio*. Obtenido de <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4282/253T20191058.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Centros Europeos de Empresas Innovadoras. (2008). *Estrategias Competitivas Basicas*. Centros Europeos de Empresas Innovadoras de Alcoy.
- Coll, F. (25 de marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/recursos-humanos-rrhh.html#:~:text=Los%20recursos%20humanos%20%28RRHH%29%20son%20el%20conjunto%20de,directamente%29%20de%20una%20organizaci%C3%B3n%20del%20sector%20o%20econom%C3%ADa.%20>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2ª ed.). SAGE Publications.
- DefinicionABC. (2020). Obtenido de <https://definicionabc.com/turismo/>
- ENTORNO TURISTICO. (2022). Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/los-recursos-turisticos-se-clasifican/>
- Equipo editorial ETECE. (22 de SETIEMBRE de 2022). *concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/turismo/>
- Evangelista. (2019). *Repositorio*. Obtenido de Las actividades, la evolución del turismo y su relación con el desarrollo socioeconómico del distrito de Pachangara-Churin, 2018.
- Fernández, M. (2015). *Turismo sostenible: Retos y oportunidades*. Madrid: Editorial Complutense.
- Garrett, C. (29 de junio de 2020). *climate selectra*. Obtenido de <https://climate.selectra.com/es/que-es/desarrollo-sostenible>
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. Pearson Education.

- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. New York: NY: Routledge.
- Hassinger, Z. Y. (31 de noviembre de 2020). *revistacultura*. Obtenido de [https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU\\_34\\_gestion-municipal.pdf#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20municipal%20debe%20considerar%20a%20los%20actores,a%20partir%20de%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20sus%20expectativas](https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_34_gestion-municipal.pdf#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20municipal%20debe%20considerar%20a%20los%20actores,a%20partir%20de%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20sus%20expectativas).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Batista, P. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: McGraw-Hill.
- IFEMA. (06 de enero de 2020). *ifema.es*. Obtenido de <https://www.ifema.es/noticias/turismo/que-es-turismo-sostenible>
- Ivette, A. (09 de febrero de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-sostenible.html>
- Ivette, A. (09 de febrero de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-sostenible.html>
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2016). *Marketing for hospitality and tourism*. (7ª ed.). Pearson.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). *Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination*. Obtenido de Journal of Travel Research: <https://doi.org/10.1177/004728750003800308>
- Larrea, E. (31 de marzo de 2022). *entorno turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-ordenamiento-territorial-turistico/>
- Leiva, V. (01 de abril de 1997). *Asesores en turismo peru*. Obtenido de [https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/04/176-turismo\\_y\\_gestion\\_municipal.pdf](https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/04/176-turismo_y_gestion_municipal.pdf)
- Leiva, V. (abril de 1997). *Asesores en turismo Peru*.

- Library. (2010). Obtenido de <https://1library.co/article/gesti%C3%B3n-tur%C3%ADstica-municipal-definici%C3%B3n-bases-te%C3%B3ricas-turismo.yng3dljz>
- Library. (2022). *1Library.co*. Obtenido de <https://1library.co/article/desarrollo-tur%C3%ADstico-desarrollo-teor%C3%ADas-conceptos.y6eww15z#:~:text=El%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20es%20aquella%20contribuci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20que,de%20recreaci%C3%B3n%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20traba>
- Lopez Manrique, M. M. (2024). *Repositorio*. Obtenido de Desarrollo socioeconómico y su influencia en el turismo:  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/147003/Lopez\\_MM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/147003/Lopez_MM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Loren, K. (22 de octubre de 2017). *brainly*. Obtenido de <https://brainly.lat/tarea/6668860>
- Manzano, A. (23 de junio de 2016). *Club Ensayos*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Tema-Los-impactos-que-general-la-actividad-tur%C3%ADstica/3461940.html>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Informe de desarrollo turístico del Perú*. Lima: MINCETUR.
- Morante Guerrero, L. (2017). *Servicios Públicos y Regulación Económica*. Lima: Pacífico Editores SAC.
- Mori, D. L. (2020). *repositorio*. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Mori\\_RDL.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Mori_RDL.pdf)
- Mozo, C. E. (2021). *dspace.unitru*. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/16635/MOZO%20EUST-AQUIO%20-%20TURISMO%20-%20EDITADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OMT. (2019). *Tourism and the Sustainable Development Goals*. Obtenido de World Tourism Organization: <https://doi.org/10.18111/9789284421154>

- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Glosario de términos de turismo*. World Tourism Organization. Obtenido de <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- Oviedo Cordova, P. J. (2021). *Repositorio*. Obtenido de Ecoturismo y el Desarrollo Socioeconomico:  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66723/Oviedo\\_CPJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66723/Oviedo_CPJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Page's, & Hall. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation*. New York: 7th edition instructions.
- Pazos, B. A. (2017). *repositorio*. Obtenido de  
[https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2156/Brian\\_Tesis\\_bachiller\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2156/Brian_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Peralta, E. (11 de junio de 2019). *vozhispananews*. Obtenido de  
<http://vozhispananews.com/el-medio-ambiente-y-su-relacion-con-el-turismo/>
- Porter, M. (2009). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Quezada, N. (2012). *Estadística con SPSS 20*. Lima: Empresa Editora Macro EIRL.
- Quispe, R., & Taparaco, J. A. (2019). *repositorio*. Obtenido de  
[http://200.48.82.27/bitstream/handle/20.500.12918/4996/253T20190771\\_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://200.48.82.27/bitstream/handle/20.500.12918/4996/253T20190771_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramos, A. A. (2020). *repositorio*. Obtenido de  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/1310/Ramos%20Quispe%2c%20Ana%20Angelica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rey, M. (2014). *Marketing de destinos ante los límites del crecimiento turístico: Los equilibrios naturales entre ciudad y turismo han desaparecido*. Cadena SER.
- Ricardo, R. (09 de diciembre de 2020). *Estudyando*. Obtenido de  
<https://estudyando.com/que-es-la-gestion-turistica/>
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing.

- Rodriguez, A. M. (2019). *repositorio*. Obtenido de <https://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/handle/001/1584/TURISMO%20COMO%20ESTRATEGIA%20DE%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE%20EN%20CONTEXTOS%20DE%20POSCONFLICTO.%20DEPARTAMENTO%20DEL%20META-COLOMBIA.pdf;jsessionid=F1692E6979039A04C095097143DB8A50?sequence=1>
- Roldan, P. N. (10 de octubre de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>
- Rosales Conde, L. (2024). *Repositorio*. Obtenido de ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y COMPETITIVIDAD TURISMO : [https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/9510/253T20241201\\_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/9510/253T20241201_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ruiz, S. d. (2020). *repositorio*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Ruiz%20Guevara%20Sheyli%20del%20Rosario.pdf>
- Salinas, R. (2019). *El turismo en Cusco: Motor de desarrollo local*. Cusco: Editorial Andina.
- Santander Universidades. (09 de marzo de 2022). Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/que-es-la-sostenibilidad.html>
- Sarayasi, E. (2017). *repositorio*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20304/sarayasi\\_se.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20304/sarayasi_se.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Shaadi, M. (2018). *La consolidación turística en los territorios que conforman el Programa Pueblos Mágicos. Un análisis de sus estrategias competitivas (Tesis de doctorado)*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications.
- Silva Barrera, C. L. (08 de noviembre de 2019). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/434045044/Promocion-de-Servicios-turisticos>
- Siza, L. L. (2021). *repositorio*. Obtenido de <https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2242/TESIS%20-%20SIZA%20LLICACHI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Slideshare. (19 de octubre de 2014). *es.slideshare*. Obtenido de [https://es.slideshare.net/lixerd/qu-es-un-destino-turstico?from\\_action=save](https://es.slideshare.net/lixerd/qu-es-un-destino-turstico?from_action=save)
- Tamayo, T. M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4ta Edición ed.). México: Editorial Limusa S.A.
- Tintaya, A. (04 de julio de 2013). *bloq*. Obtenido de <https://blogdealejandrotintaya.blogspot.com/2013/07/gestion-municipal.html>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development*. Pearson.
- UNWTO. (2020). *Turismo sostenible*. Obtenido de Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Vázquez-Barquero, A. (2002). *Endogenous development: Networking, innovation, institutions and cities*. Routledge.
- Vela, J. (2020). *El turismo comunitario y su impacto en el desarrollo socioeconómico de la comunidad Valdivia en la Península de Santa Elena*. Santa Elena: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Velazco, A. R. (16 de abril de 2013). *Escuela de organizacion industrial*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/04/16/%C2%BFque-es-el-desarrollo-sostenible/>
- Villafuerte Maruri, N. (2018). *Repositorio*. Obtenido de Influencia del Turismo en el Crecimiento Economico Yucay: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4896/VILLAFUERTE%20MARURI%20NELIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

# ANEXOS

## Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	
¿Existe alguna relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024?	Determinar si existe alguna relación entre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.	Las estrategias competitivas se relacionan directamente y significativamente en el desarrollo socio económico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca- Provincia del Cusco:2024.	<b>Variable 1:</b> <b>Estrategias Competitivas.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Grado de innovación en los servicios turísticos.</li> <li>✓ Capacidad de los empresarios para motivar cambios en el sector.</li> <li>✓ Formación de organizaciones creativas</li> <li>✓ Habilidad para adoptar nuevas tecnologías</li> <li>✓ Diversificación de servicios turísticos</li> <li>✓ Incorporación de elementos culturales locales Calidad percibida de los servicios ofrecidos</li> <li>✓ Nivel de Transitabilidad en las</li> </ul>
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Especificas</b>	
¿Existe alguna relación entre el liderazgo innovador y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024?	Determinar si existe alguna relación entre el liderazgo innovador y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.	El liderazgo innovador se relaciona directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.	
¿Existe alguna relación entre los servicios turísticos y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024?	Determinar si existe alguna relación entre los servicios turísticos y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024.	Los servicios turísticos se relacionan directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca, provincia de Cusco, periodo 2024	<b>Variable 2 :</b> <b>Desarrollo Socioeconomico</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Acceso a servicios básicos</li> <li>✓ Mejoras en infraestructura comunitaria I</li> <li>✓ Satisfacción de las necesidades sociales de la población</li> <li>✓ Percepción de seguridad y bienestar</li> <li>✓ Incremento de ingresos de los negocios turísticos</li> <li>✓ Impacto en los ingresos familiares</li> </ul>
¿Existe alguna relación entre la gestión organizacional y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca provincia de Cusco, periodo 2024?	Determinar si existe alguna relación entre la gestión organizacional y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca provincia de Cusco, periodo 2024.	La gestión organizacional se relaciona directa y significativamente con el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el Distrito de Ccorcca provincia de Cusco, periodo 2024.	

## Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

### ENCUESTA ANONIMA PARA FUNCIONARIOS PÚBLICOS

#### Instrucciones:

Estimado(a) funcionario(a):

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca.

Su participación es voluntaria y completamente anónima. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

El cuestionario tiene una duración aproximada de 5 minutos. Le pedimos leer cada afirmación y marcar con una “X” la opción que refleje mejor su opinión.

Agradecemos sinceramente su colaboración.

Nº	VARIABLE: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente acuerdo
	<b>Liderazgo Innovador</b>					
1.	Desde la gestión pública, se percibe que la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca.					
2.	Desde las instituciones públicas, se promueve la participación en iniciativas o proyectos colaborativos orientados a mejorar la actividad turística del distrito.					
3.	Desde el ámbito institucional, se fomentan espacios de trabajo colaborativo que promueven la creatividad y la innovación en el sector turístico.					
4.	Desde la gestión pública, se percibe que la incorporación de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la competitividad del sector turístico local.					
	<b>Servicios Turísticos Apropriados</b>					
5.	Desde la gestión pública, se considera que los servicios turísticos del distrito son variados y responden a las necesidades de los visitantes.					
6.	Desde las políticas y acciones institucionales, se promueve la incorporación de elementos de la cultura local en las experiencias turísticas.					
7.	Desde la gestión pública, se considera que la calidad de los servicios turísticos del distrito cumple con las expectativas de los visitantes.					
8.	Desde el ámbito institucional, se percibe que los servicios turísticos del distrito presentan una adecuada relación calidad-precio.					
	<b>Gestión Organizacional</b>					
9.	Desde la gestión pública, se considera que las actividades turísticas del distrito se desarrollan conforme a un plan estratégico orientado al crecimiento sostenible.					

10.	Desde las instituciones públicas, se promueve la articulación interinstitucional para el desarrollo de proyectos turísticos.					
11.	Desde la gestión pública, se promueve la capacitación continua del personal vinculado a la actividad turística.					
12.	Desde el ámbito institucional, se considera que las decisiones relacionadas con el turismo se toman oportunamente para responder a los desafíos del sector.					
	<b>VARIABLE: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
	<b>Calidad de Vida</b>					
13.	Desde la gestión pública, se considera que el distrito cuenta con servicios básicos adecuados para el desarrollo de la actividad turística.					
14.	Desde el ámbito institucional, se percibe que la infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en el distrito.					
15.	Desde la gestión pública, se considera que el desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población local.					
16.	Desde el ámbito institucional, se percibe que el distrito ofrece condiciones de seguridad y confort para los visitantes.					
	<b>Ingresos Económicos</b>					
17.	Desde la gestión pública, se percibe que las estrategias competitivas han contribuido al incremento de los ingresos económicos del sector turístico local					
18.	Desde el ámbito institucional, se considera que el turismo constituye una fuente importante de ingresos para la población del distrito.					
19.	Desde la gestión pública, se percibe que la diversificación de los servicios turísticos ha contribuido a la estabilidad económica del sector.					
20.	Desde el ámbito institucional, se considera que la reinversión en infraestructura turística ha mejorado la competitividad del sector turístico local.					
	<b>Desarrollo Local</b>					
21.	Desde la gestión pública, se considera que los emprendimientos turísticos reciben apoyo técnico o financiero para mejorar su competitividad.					
22.	Desde el ámbito institucional, se percibe que la comunidad participa activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas.					
23.	Desde la gestión pública, se considera que la infraestructura turística del distrito se adecua a las necesidades de los visitantes.					
24.	Desde el ámbito institucional, se percibe que el turismo incentiva el involucramiento de la población local en actividades económicas relacionadas.					

**Gracias por su colaboración**

## ENCUESTA ANONIMA PARA EMPRESARIOS Y PRESTADORES TURÍSTICOS

### **Instrucciones:**

Estimado(a) Empresari(a) y/o prestador turístico:

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca.

Su participación es voluntaria y completamente anónima. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

El cuestionario tiene una duración aproximada de 5 minutos. Le pedimos leer cada afirmación y marcar con una "X" la opción que refleje mejor su opinión.

Agradecemos sinceramente su colaboración.

Nº	VARIABLE: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente acuerdo
	<b>Liderazgo Innovador</b>					
1.	Desde la experiencia de los emprendedores turísticos, se percibe que la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes en el distrito de Ccorcca.					
2.	Desde los emprendimientos turísticos, se participa activamente en iniciativas o proyectos colaborativos orientados a mejorar la actividad turística local.					
3.	En el sector turístico del distrito, se fomentan espacios de trabajo colaborativo que promueven la creatividad y la innovación.					
4.	Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que la incorporación de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la productividad y competitividad de los servicios turísticos.					
	<b>Servicios Turísticos Apropiados</b>					
5.	Los servicios turísticos ofrecidos por los emprendimientos del distrito atienden adecuadamente las necesidades e intereses de los visitantes.					
6.	Desde los emprendimientos turísticos, se incorporan elementos de la cultura local, como tradiciones, gastronomía o artesanía, en las experiencias turísticas ofrecidas.					
7.	Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se considera que la calidad de los servicios turísticos ofrecidos cumple con las expectativas de los visitantes.					
8.	Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que los servicios ofrecidos presentan una adecuada relación calidad-precio.					
	<b>Gestión Organizacional</b>					
9.	Las actividades turísticas desarrolladas por los emprendimientos se realizan siguiendo una planificación orientada al crecimiento sostenible.					

10.	Desde los emprendimientos turísticos, se promueve la colaboración con otras instituciones u organizaciones para el desarrollo de proyectos turísticos.					
11.	Desde los emprendimientos turísticos, se promueve la capacitación continua del personal para mejorar la calidad del servicio.					
12.	Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se considera que las decisiones se toman oportunamente para responder a los desafíos y oportunidades del sector turístico.					
	<b>VARIABLE: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
	<b>Calidad de Vida</b>					
13.	Desde la experiencia de los emprendedores turísticos, se percibe que el distrito cuenta con servicios básicos adecuados que favorecen el desarrollo de la actividad turística.					
14.	Desde los emprendimientos turísticos, se considera que la infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en el distrito.					
15.	Desde la experiencia del sector turístico, se percibe que el desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población local.					
16.	Desde los emprendimientos turísticos, se considera que el distrito ofrece un entorno seguro y confortable para los visitantes.					
	<b>Ingresos Económicos</b>					
17.	Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que las estrategias competitivas implementadas han contribuido al incremento de los ingresos económicos del sector.					
18.	Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se considera que el turismo representa una fuente importante de ingresos para las familias vinculadas al sector.					
19.	Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que la diversificación de los servicios turísticos ha contribuido a mejorar la estabilidad económica del sector.					
20.	Desde la experiencia del sector turístico, se considera que la reinversión en infraestructura turística ha mejorado la competitividad de los emprendimientos.					
	<b>Desarrollo Local</b>					
21.	Desde los emprendimientos turísticos, se percibe que existe apoyo técnico o financiero para mejorar la competitividad del sector.					
22.	Desde la experiencia del sector turístico, se considera que la comunidad participa activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas.					
23.	Desde los emprendimientos turísticos, se considera que la infraestructura turística del distrito se adecua a las necesidades de los visitantes.					
24.	Desde la experiencia de los prestadores de servicios, se percibe que el turismo incentiva la participación de la población local en actividades económicas relacionadas.					

**Gracias por su colaboración**

## ENCUESTA ANONIMA PARA POBLADORES

### **Instrucciones:**

Estimado(a) Sr(a)

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca.

Su participación es voluntaria y completamente anónima. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

El cuestionario tiene una duración aproximada de 5 minutos. Le pedimos leer cada afirmación y marcar con una "X" la opción que refleje mejor su opinión.

Agradecemos sinceramente su colaboración.

Nº	VARIABLE: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente acuerdo
	<b>Liderazgo Innovador</b>					
1.	En la comunidad se percibe que la innovación en los servicios turísticos ha contribuido al aumento del flujo de visitantes.					
2.	En la comunidad se participa activamente en iniciativas o proyectos que buscan mejorar la actividad turística en Ccorcca.					
3.	En la comunidad se promueven espacios de trabajo colaborativo para generar nuevas ideas y mejorar el turismo.					
4.	En el distrito se percibe que el uso de nuevas tecnologías ha contribuido a mejorar la actividad turística.					
	<b>Servicios Turísticos Apropiados</b>					
5.	Los servicios turísticos que se ofrecen en la comunidad atienden adecuadamente las necesidades de los visitantes.					
6.	En las actividades turísticas se incorporan elementos de la cultura local, como tradiciones, gastronomía y artesanía.					
7.	Se considera que la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en la comunidad es adecuada para los visitantes.					
8.	Se percibe que los servicios turísticos ofrecidos en Ccorcca tienen una adecuada relación calidad-precio.					
	<b>Gestión Organizacional</b>					
9.	Las actividades turísticas en la comunidad se desarrollan siguiendo una planificación organizada.					
10.	Existe coordinación entre la comunidad y las autoridades u organizaciones para el desarrollo del turismo.					

11.	Las personas que brindan servicios turísticos reciben capacitación para mejorar la atención al visitante.					
12.	Se considera que las decisiones relacionadas con el turismo se toman oportunamente para mejorar la actividad turística.					
	<b>VARIABLE: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
	<b>Calidad de Vida</b>					
13.	El distrito cuenta con servicios básicos adecuados que favorecen el desarrollo de la actividad turística.					
14.	La infraestructura comunitaria contribuye al desarrollo del turismo en Ccorcca.					
15.	El desarrollo del turismo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de la población local.					
16.	El distrito ofrece un entorno seguro y confortable para los visitantes.					
	<b>Ingresos Económicos</b>					
17.	El turismo ha contribuido a incrementar los ingresos económicos de las familias de la comunidad.					
18.	Se considera que el turismo es una fuente importante de ingreso para la población local.					
19.	La diversificación de actividades turísticas ha mejorado la estabilidad económica de la comunidad.					
20.	La reinversión en infraestructura turística ha contribuido a mejorar el desarrollo económico local.					
	<b>Desarrollo Local</b>					
21.	La comunidad recibe apoyo técnico o financiero para mejorar la actividad turística.					
22.	La población participa activamente en la planificación y ejecución de actividades turísticas.					
23.	La infraestructura turística existente satisface las necesidades de los visitantes.					
24.	Las oportunidades generadas por el turismo motivan a más personas de la comunidad a involucrarse en actividades turísticas.					

**Gracias por su colaboración**

## ENCUESTA ANONIMA PARA VISITANTES

### **Instrucciones:**

Estimado(a) Visitante

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre las estrategias competitivas y el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en el distrito de Ccorcca.

Su participación es voluntaria y completamente anónima. La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y de investigación, garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

El cuestionario tiene una duración aproximada de 5 minutos. Le pedimos leer cada afirmación y marcar con una "X" la opción que refleje mejor su opinión.

Agradecemos sinceramente su colaboración.

Nº	VARIABLE: ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Totalmente acuerdo
	<b>Liderazgo Innovador</b>					
1.	Durante la visita, se percibió que los servicios turísticos presentan elementos innovadores.					
2.	Se considera que la innovación en los servicios turísticos influye positivamente en la llegada de más visitantes al distrito.					
3.	Se percibió coordinación entre los actores locales para mejorar la actividad turística.					
4.	Se observó el uso de tecnologías que facilitan y mejoran la experiencia turística en Ccorcca.					
	<b>Servicios Turísticos Apropriados</b>					
5.	Los servicios turísticos ofrecidos en Ccorcca atendieron adecuadamente las necesidades de los visitantes.					
6.	Las experiencias turísticas incorporan elementos de la cultura local, como gastronomía, tradiciones o artesanía.					
7.	La calidad de los servicios turísticos recibidos cumplió con las expectativas de los visitantes.					
8.	Se considera que los servicios turísticos ofrecidos presentan una adecuada relación calidad-precio.					
	<b>Gestión Organizacional</b>					
9.	Se percibió una adecuada organización en la prestación de los servicios turísticos durante la visita.					
10.	Se observó coordinación entre los diferentes prestadores de servicios turísticos del distrito.					
11.	El personal que brinda servicios turísticos mostró preparación y buena atención al visitante.					

12.	Los servicios turísticos respondieron oportunamente ante consultas o necesidades durante la visita.					
	<b>VARIABLE: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
	<b>Calidad de Vida</b>					
13.	Se percibió que el distrito cuenta con servicios básicos adecuados para recibir visitantes.					
14.	La infraestructura turística observada contribuye positivamente a la experiencia de visita.					
15.	Se considera que el turismo contribuye al bienestar de la población local.					
16.	Durante la visita, se percibió un entorno seguro y confortable en el distrito.					
	<b>Ingresos Económicos</b>					
17.	Se percibió que la actividad turística genera ingresos para la población local.					
18.	Se considera que el turismo representa una actividad económica importante para el distrito de Ccorcca.					
19.	Se observó diversidad de servicios turísticos que favorecen la economía local.					
20.	Se percibió inversión en infraestructura y servicios turísticos en el distrito.					
	<b>Desarrollo Local</b>					
21.	Se considera que la actividad turística contribuye al desarrollo del distrito de Ccorcca.					
22.	Se percibió participación de la comunidad local en las actividades turísticas.					
23.	La infraestructura turística observada satisface las necesidades de los visitantes.					
24.	Se considera que el turismo incentivo a la población local a involucrarse en actividades económicas relacionadas.					

**Gracias por su colaboración**

### Anexo 3: Medios de verificación

#### Registro fotográfico de la Encuestas







## Pobladores del distrito de Ccorcca



## Funcionarios y Trabajadores de la Municipalidad Distrital de Ccorcca

















#### Anexo 4: Qhapaq ñan hacia el Contisuyo y sus atractivos turísticos





Camino hacia el Apu de Mama Simona



Apu Mama Simona



Qhapaq Ñan cusco – Ccorcca



Sitio arqueológico de Tecsecocha



Representación escultórica del hombre de Ccorcca



Pintura rupestre cel hombre de Ccorcca



Vista de estudiantes a las pinturas rupestres guiados por el investigador



## Farallones de Tecsecocha



Decenso en roca en los farallones de Tecsecocha



Laguna artificial de Tecsecocha



Criaderos de cuyes



