



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA



IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19
EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL
DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ENGRACIA HUANCA CHURA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA
Y GASTRONOMÍA

JULIACA - PERÚ

2024



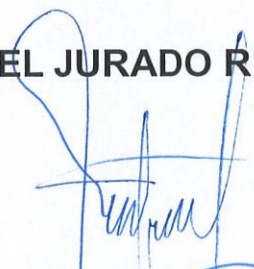
UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19
EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL
DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021

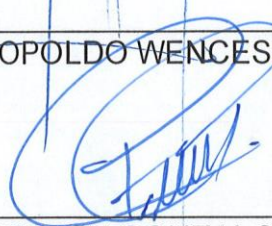
TESIS PRESENTADA POR:

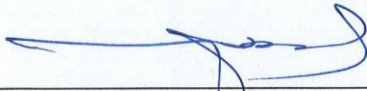
Bach. ENGRACIA HUANCA CHURA

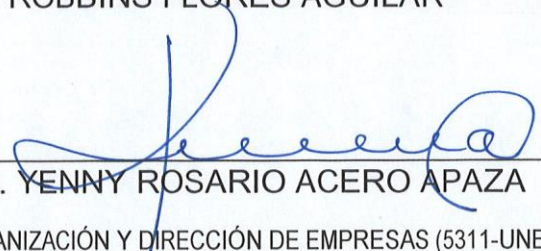
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA
Y GASTRONOMÍA

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE : 
Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO : 
Mgtr. PERCY GONZALO PUMA PUMA

SEGUNDO MIEMBRO : 
Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

ASESOR DE TESIS : 
Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)

**RESOLUCIÓN N.º 0184-2024-D-FCA/UANCV-J**

Juliaca, 04 de abril de 2024

Vistos: El expediente N° 2023-CU-18672 para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**, por la modalidad de Sustentación de Tesis, el Dictamen de aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del borrador de tesis y Vicerrector de Investigación, tesis intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021** presentado por el(la) Bachiller: **ENGRACIA HUANCA CHURA**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis de manera presencial.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Ratificar a los **JURADOS** para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **Licenciado(a) en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**, del(la) bachiller: **ENGRACIA HUANCA CHURA**; **habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes:**

- * PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI
- * 1er MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2do MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * ASESOR DE TESIS : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

SEGUNDO.- Fijar fecha de la Sustentación de Tesis para el día **miercoles 10 de abril de 2024**, a horas **09:00 a.m. (presencial)** en el **Salón de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias Administrativas Ciudad Universitaria - Juliaca.

TERCERO.- Realizado la sustentación, el jurado levantará el acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el Bachiller sustentante.

La Dirección de la Escuela Profesional de **Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía**, la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Cettara Quispe
Dr. Benigno Cettara Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)

**RESOLUCIÓN N.º 005-2024-D-FCA/UANCV-J**

Juliaca, 07 de marzo de 2024

VISTOS: El proveído de fecha 04 de marzo del año en curso, del Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, en atención al expediente N° 2024-CU-00303, presentado por el(la) bachiller: **ENGRACIA HUANCA CHURA**, en el cual solicita cambio del segundo miembro del jurado de revisión del proyecto de tesis, intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021**.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) recurrente **ENGRACIA HUANCA CHURA**, ha solicitado cambio del **SEGUNDO MIEMBRO** Dr. **ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS** del proyecto de investigación, intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021**, aprobado con la **RESOLUCION N° 367-2022-D-FCA/UANCV-J** de fecha **03 de mayo de 2022**.

Que el docente Dr. **ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS**, solicito **vacaciones pendientes** del año 2023, a partir del **01 al 15 de marzo del 2024**, por lo que se ha determinado cambiar al **SEGUNDO MIEMBRO** del proyecto de investigación.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Dirección de la Unidad de Investigación la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL SEGUNDO MIEMBRO del proyecto de investigación, presentado por el(la) bachiller: **ENGRACIA HUANCA CHURA**, del proyecto de investigación, **manteniéndose a los otros miembros sorteados en la RESOLUCION N° RESOLUCION N° 367-2022-D-FCA/UANCV-J de fecha 03 de mayo de 2022**, por los considerandos expuestos se le designa como:

- * PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI
- * 1er MIEMBRO : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * 2do MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * ASESOR DE TESIS : Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Dirección de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (03)
- Asesor (1)
- Interesado (01)
- Archivo FCA



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 367-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 03 de mayo del 2022

VISTOS: El Expediente N° CU-21168, presentado por la bachiller: **ENGRACIA HUANCA CHURA**, habiéndose emitido dictamen y Resolución favorable para la ejecución del Proyecto de Tesis, Intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021**.

CONSIDERANDO:

Que la egresada ha solicitado la revisión del Borrador de Tesis: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021**, con el propósito de optar al Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Disponer la Revisión del Borrador de Tesis presentado por: **ENGRACIA HUANCA CHURA**, por el jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes ordinarios:

- * **PRESIDENTE** : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI
- * **1er. MIEMBRO** : Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA
- * **2do. MIEMBRO** : Mg. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS
- * **ASESOR DE TESIS** : M.Sc. YENNY ROSARIO, ACERO APAZA

SEGUNDO.- El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará su dictamen correspondiente, indicando las observaciones efectuadas si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060 y se procederá a fijar la fecha y hora para la sustentación.

TERCERO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía y el Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:
 - Jurados (3)
 - Asesor (1)
 - Interesado (1)
 - Archivo FCA 2022(1)



UNIVERSIDAD ANDINA
 "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

 Mg. Benigno Callata Quispe
 DECANO
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



“NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ”

RESOLUCIÓN N° 1291-2021-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 05 de julio del 2021

VISTOS: El dictamen favorable del Perfil de Proyecto de Tesis presentado por: **ENGRACIA HUANCA CHURA**, mediante Expediente N° **CU-7958** intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021.**

CONSIDERANDO: Que la recurrente ha subsanado todas las observaciones del jurado revisor y dictaminado favorablemente el Perfil del Proyecto de Tesis Intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021**, con el propósito de optar al Título Profesional de Licenciada en Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

PRIMERO: Se aprueba el Proyecto de Tesis, Intitulado: **IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021.** Quedando expedito para su ejecución.

SEGUNDO: La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración en Turismo, Hotelería y Gastronomía, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Mg. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
- Interesado (1)
- Archivo FCA 2021 (1)
BCQ/vnop.



IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS


1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	7%
2	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	tesis.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%



Metadatos Complementarios



Título de la tesis	
IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Engracia Huanca Chura
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43609430
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0004-9310-901X
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Yenny Rosario Acero Apaza
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	01324434
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9783-7733
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Leopoldo Wenceslao Condori Cari
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Percy Gonzalo Puma Puma
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02374215
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Robbins Flores Aguilar
Tipo de documento	DNI

Número de documento de identidad	02426851
Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y Dirección de Empresas (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Ubicación</p> <p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno</p> <p>Coordenadas Longitud: 15° 39' 57.773" S Latitud: 69° 42' 2.408" W</p> <p>URL maps https://maps.app.goo.gl/EuUroMxGaN2LvNhv7</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Marzo 2021 – Octubre 2022
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Otras humanidades https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.05.00</p> <p>otras humanidades https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.00.00</p>



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo ENGRACIA HUANCA CHURA, identificado con DNI Nro. 43609430 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación**, **Trabajo Académico** denominada:

IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021

Asesorado por: Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

Es un tema original.

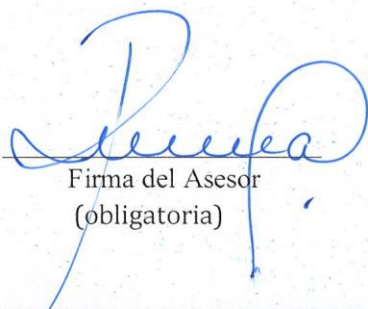
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.


Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 30 de Julio del 2024


Firma del Asesor
(obligatoria)


Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A mis padres maravillosos que me dieron la vida amor, cariño, afecto y me brindaron su apoyo. A mi esposo, a mis dos hijos Santiago y Salvador, que son la razón, para trazarme objetivos y lograr mis metas.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios, por regalarme la vida, a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional, a la Universidad Andinas Néstor Cáceres Velásquez, a la Facultad de Ciencias Administrativa, a los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla por confiar en mí y brindarme la información requerida, y a la Dra. Yenny Rosario Acero Apaza por su dedicación y paciencia en dirigir el presente trabajo de investigación.



ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA..... iv

AGRADECIMIENTO iv

ÍNDICE DE CONTENIDO v

ÍNDICE DE TABLAS ix

ÍNDICE DE FIGURAS x

RESUMEN xi

ABSTRACT..... xii

INTRODUCCIÓN xiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema 1

1.2. Formulación del problema 3

 1.2.1. Problema General 3

 1.2.2. Problemas específicos..... 4

1.3. Justificación del problema..... 4

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general 6

2.2. Objetivos específicos 6

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación 7

 3.1.1. A nivel internacional..... 7

 3.1.2. A nivel regional 10



3.1.3.	A nivel local.....	13
3.2.	Marco teórico	14
3.2.1.	Impacto económico del COVID-19.....	14
3.2.2.	Producción	14
3.2.3.	Empleo	14
3.2.4.	Distribución de la renta.....	15
3.2.5.	Emprendimiento turístico	15
3.2.6.	Emprendimiento Artesanal	15
3.2.7.	Emprendimiento Comunitario	16
3.2.8.	Emprendimiento de servicios turísticos.....	17
3.3.	Marco conceptual	17
3.3.1.	Pandemia covid-19	17
3.3.2.	Turismo.....	18
3.3.3.	Destino turístico.....	18
3.3.4.	Turismo comunitario.....	18
3.3.5.	Ecoturismo	19
3.3.6.	Producto turístico.....	19
3.3.7.	Planta turística.....	19
3.3.8.	Oferta turística	19
3.3.9.	Demanda turística	20
3.3.10.	Actores turísticos	20

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1.	Hipótesis general.....	21
4.2.	Hipótesis específica.....	21



4.3. Variables 21

4.4. Operacionalización de variables 22

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación 23

5.2. Método aplicado a la investigación..... 23

5.3. Tipo de investigación 24

5.4. Nivel de investigación..... 24

5.5. Diseño de investigación 24

5.6. Población y muestra 24

 5.6.1. Población 24

 5.6.2. Muestra..... 25

5.7. Técnicas e instrumentos 26

 5.7.1. Técnica..... 26

 5.7.2. Instrumento 26

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento 26

 5.8.1. Confiabilidad 26

 5.8.1. Validez..... 27

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos 29

5.10. Contrastación de hipótesis 29

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1. Presentación de resultados 30

 6.1.1. Contexto económico antes de la pandemia COVID-19 en los
 emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla..... 30



6.1.2. Contexto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla en el año 2021..... 36

6.1.3. Estrategias para optimizar la economía de los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla frente a al COVID-19 43

 Identificación del plan estratégico para el desarrollo del turismo en el distrito de Atuncolla..... 44

Matriz de evaluación de factores externos (mefe)..... 44

6.2. Discusión de resultados..... 52

Prueba de normalidad 54

Pruebas de chi-cuadrado..... 56

CONCLUSIONES 57

RECOMENDACIONES 59

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 61

ANEXOS..... 65

Anexo A. Matriz de consistencia 66

Anexo B. Matriz de datos 69

Anexo C. Instrumento 80

Anexo d. Evidencias de recojo de datos 84



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de variables	22
Tabla 2	Número total de análisis de la encuesta piloto	28
Tabla 3	Fiabilidad del instrumento Gestión Administrativa Alfa de Cronbach	28
Tabla 4	Porcentaje de ingresos económicos según actividad de los emprendimientos del distrito de Atuncolla	32
Tabla 5	Percepción de la calidad de vida según año	35
Tabla 6	Análisis FODA para el planteamiento de acciones estratégicas.....	43
Tabla 7	Matriz de evaluación de Factores Externos Clave.....	46
Tabla 8	Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)	47
Tabla 9	Estrategias para cada objetivo específico	49
Tabla 10	Etapas de la Reactivación del Turismo en el distrito de Atuncolla	50
Tabla 11	Prueba de normalidad	54
Tabla 12	Prueba de chi-cuadrado para la Hipótesis General	56



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Porcentaje de ingreso por actividad Agropecuaria en emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla.....	31
Figura 2 Promedio de ingreso mensual según año	33
Figura 3 Cumplimiento de pago de préstamos financieros para el emprendimiento turístico	34
Figura 4 Ingreso promedio mensual en 2021.....	37
Figura 5 Número promedio de personas que dependen del emprendimiento turístico ..	38
Figura 6 Arribo promedio mensual de turistas al emprendimiento	39
Figura 7 Condición de pago de préstamo crediticio en 2021 del emprendimiento turístico	40
Figura 8 Porcentaje de actividades complementarias para afrontar efectos de la emergencia sanitaria en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla	41
Figura 9 Percepción de la calidad de vida de los emprendedores turísticos.....	42



RESUMEN

El propósito de este estudio fue evaluar el impacto económico ocasionado por la pandemia COVID-19 en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla en el año 2021, considerando los impactos económicos y sociales para determinar cuál fue la situación económica anterior a la pandemia en el contexto económico de la actividad turística en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla con lo cual se identificó las estrategias destinadas a mitigar que los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla aplicarían para mejorar su economía. La metodología utilizada fue cuantitativa de tipo descriptivo, el método utilizado fue analítico de nivel básico, con un diseño no experimental, la población estuvo constituida por la totalidad de emprendedores del distrito de Atuncolla, la muestra fue de 102 participantes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento aplicado fue cuestionarios. Se obtuvo como resultados que existen efectos negativos de importancia en la economía de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla a causa de la pandemia COVID-19 complicándose cuando las cuestiones económicas involucran aspectos sociales, como es el turismo que tienen un efecto multiplicador, lo que significa que las divisas que ingresan al distrito conducen a otras inversiones y gastos en varios sectores relacionados, como el transporte, alimentación y la artesanía,

Palabras clave: Covid-19, Emprendimiento, Impacto Económico, Turismo



ABSTRACT

The purpose of this study was to evaluate the economic impact caused by the COVID-19 pandemic on tourism enterprises in the district of Atuncolla in 2021, considering the economic and social aspects to determine what was the economic situation prior to the pandemic the economic context of tourism activity in tourism enterprises in the district with which the strategies that tourism entrepreneurs in the district of Atuncolla would apply were identified. to improve its economy. The methodology used was as follows: the approach was quantitative, the type was basic, the method used was deductive, the descriptive level, and the design non-experimental, the population was constituted by all entrepreneurs from the district of Atuncolla, the sample was 102 participants, the data collection technique was the survey and the instrument was the questionnaire. It was obtained as results that there are significant negative effects on the economy of tourism enterprises in the district of Atuncolla due to the COVID-19 pandemic, complicating when economic issues involve social aspects, such as tourism that have a multiplier effect, which means that the foreign exchange that enters the district leads to other investments and expenses in several related sectors, such as transportation, food and crafts,

Keyword: Covid-19, Entrepreneurship, Economic Impact, Tourism



INTRODUCCIÓN

El mundo experimentó un cambio drástico y sin precedentes debido a la pandemia de COVID-19. Esta crisis global afectó profundamente a diversos sectores, y uno de los más golpeados fue la industria turística, que se vio obligada a adaptarse rápidamente a las restricciones y desafíos impuestos por la emergencia sanitaria. En el Distrito de Atuncolla, conocido por su belleza natural y atracciones turísticas, los emprendimientos turísticos se vieron particularmente afectados durante el año 2021. La pandemia trajo consigo un impacto económico no significativo que cambió la forma en que los turistas interactúan con el destino y cómo los empresarios locales gestionan sus negocios. Esta investigación se propone analizar en detalle el impacto económico que la pandemia de COVID-19 tuvo en los emprendimientos turísticos de Atuncolla durante el año 2021. El objetivo es comprender cómo esta crisis afectó la demanda turística, los ingresos, la rentabilidad y la sostenibilidad de estos negocios.

En el Capítulo I se presenta el planteamiento del problema, la formulación del problema general y específico y la justificación del problema. En el Capítulo II se presentan los objetivos de la investigación tanto generales como específicos. En el Capítulo III se describe el marco teórico referencial de la investigación, incluyendo los antecedentes internacionales, nacionales y locales, el marco teórico y el marco conceptual. El Capítulo IV expone las hipótesis generales y específicas, así como las variables y el cuadro de operacionalización de variables. En el Capítulo V se describe el proceso metodológico de la investigación, incluyendo el enfoque, el método, tipo, nivel y el diseño de investigación, la población y su muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos, la confiabilidad y validez del instrumento y la contrastación de las hipótesis. Finalmente, el Capítulo VI presenta los resultados y la discusión de los resultados junto con las conclusiones, recomendaciones y anexos correspondientes.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Sin lugar a dudas, la pandemia de COVID-19 ha tenido consecuencias significativas no solo en la vida de millones de personas en todo el mundo, sino también en la evolución de la economía a nivel global. A pesar de que los gobiernos de los principales países afectados por la crisis del COVID-19 han implementado medidas para contrarrestar la desaceleración económica causada por este virus, se prevé que su propagación pueda tener un triple impacto en la economía mundial: un efecto directo en los niveles de producción a nivel global; perturbaciones y alteraciones en las cadenas de suministro y distribución; y un impacto financiero en las empresas y los mercados bursátiles (Deloitte, s.f).

Un emprendimiento turístico se define como una iniciativa empresarial que se especializa en ofrecer una amplia gama de servicios y productos destinados a satisfacer las demandas y preferencias de los turistas. Estos emprendimientos se dedican a facilitar y mejorar la experiencia de viaje de los visitantes, ya sea en su propia región o en destinos turísticos más amplios. Estos servicios y productos abarcan desde opciones de alojamiento, transporte y actividades turísticas hasta la venta de souvenirs y productos locales característicos. Los emprendimientos turísticos juegan un papel crucial en la



atención de las necesidades de los turistas y en la promoción de la cultura y el patrimonio locales. Además, contribuyen al crecimiento económico y la generación de empleo en áreas turísticas, al tiempo que promueven la diversidad y la sostenibilidad en la industria del turismo (García, 2023).

Luego de la irrupción de la crisis sanitaria originada por el COVID-19, se han producido notables transformaciones en múltiples aspectos de la vida de millones de personas a nivel global. Estos cambios han ejercido un impacto significativo en los distintos sectores económicos, los cuales se han visto directamente afectados por las diversas medidas restrictivas implementadas con el propósito de contener la propagación de la pandemia. Una de las restricciones más prominentes y que ha tenido un efecto particularmente pronunciado ha sido la limitación de la movilidad, que inicialmente fue prácticamente absoluta debido a las medidas de confinamiento instauradas en numerosas localidades. El sector turístico, en específico, ha sido uno de los más golpeados desde el inicio de estas medidas. Las restricciones en los desplazamientos, junto con las preocupaciones en torno a la salud pública y la necesidad de mantener el distanciamiento social, han tenido un impacto severo en la industria turística a nivel mundial (Delgado, 2021).

La aparición de la pandemia del COVID-19 ha tenido un efecto devastador en la industria turística de Perú. Antes de la crisis, el país solía recibir alrededor de 4.4 millones de turistas extranjeros anualmente, lo que generaba ingresos sustanciales de aproximadamente 4.7 mil millones de dólares en divisas. No obstante, durante el período comprendido entre enero y octubre de 2020, Perú experimentó una drástica disminución en la llegada de turistas, con tan solo 850 mil visitantes, lo que constituyó una impresionante caída del 76.8%. Este declive se manifestó de manera prácticamente



uniforme en todos los mercados de origen, lo que enfatiza la amplitud y consistencia del impacto en la industria turística peruana. El sector turístico, que solía ser un pilar fundamental de la economía peruana, se ha visto profundamente afectado por las restricciones de viaje, las preocupaciones de salud pública y las limitaciones en la movilidad que se implementaron en respuesta a la pandemia. La marcada reducción en el flujo de turistas y en los ingresos derivados del turismo ha tenido un impacto considerable en la economía del país, afectando a empresas vinculadas con el hotelaría, la gastronomía, el transporte y una variedad de servicios turísticos (Daries et al., 2021).

Sin duda, la pandemia de COVID-19 ha causado una perturbación significativa en la industria turística, lo cual se ha traducido en la implementación de restricciones de movilidad y una creciente preocupación por la salud pública, lo que ha tenido un impacto considerable en los emprendimientos turísticos en todo el mundo. Incluso el apacible Distrito de Atuncolla, que se destaca por su impresionante entorno natural y sus atractivos turísticos, no ha escapado a los desafíos que esta nueva realidad ha presentado. Durante el año 2021, este distrito se vio inmerso en una tarea compleja a desarrollar: ajustándose a una nueva normalidad caracterizada por una disminución en la demanda de turistas y la persistencia de restricciones por la pandemia, lo que tuvo un impacto directo en la economía local. El núcleo central que motiva esta investigación radica en la necesidad de obtener una comprensión profunda del impacto económico de la pandemia de COVID-19 en los emprendimientos turísticos del Distrito de Atuncolla durante el año 2021.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es el **impacto** económico generado por la pandemia del COVID-19 en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla durante el año 2021?



1.2.2. *Problemas específicos*

- ¿Cuál fue el impacto económico anterior a la pandemia COVID-19 de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla?
- ¿Cuál es el impacto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla?
- ¿Qué estrategias se proponen para que los emprendedores turísticos de Atuncolla para que mejore la situación económica a causa a la pandemia COVID-19?

1.3. **Justificación del problema**

Justificación Teórica: Este estudio se basa en un sólido fundamento teórico que se apoya en dos áreas cruciales de conocimiento: el turismo y las crisis económicas. La literatura existente sobre cómo las pandemias afectan a la industria turística proporciona un marco conceptual valioso. Además, las teorías económicas relacionadas con los ciclos económicos y las respuestas empresariales en situaciones de crisis enriquecerán nuestra comprensión de los fenómenos que estamos investigando.

Justificación Práctica: La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto sin precedentes en la industria turística a nivel mundial, y su repercusión en contextos locales, como el Distrito de Atuncolla, aún no ha sido objeto de un análisis exhaustivo. La justificación práctica radica en la necesidad de proporcionar información relevante y específica a las autoridades locales, los emprendedores turísticos y otros actores clave para respaldar la toma de decisiones fundamentadas. Comprender cómo la pandemia ha afectado a los emprendimientos turísticos en Atuncolla durante 2021 es esencial para desarrollar estrategias de recuperación efectivas y para estar mejor preparados ante futuras crisis.

Justificación Metodológica: La elección de utilizar un enfoque cuantitativo y realizar encuestas se basa en su capacidad para recopilar datos objetivos y cuantificables



sobre el impacto económico. Esto permitirá obtener una visión estructurada y precisa de la situación y proporcionará una base sólida para el análisis estadístico. Además, al centrarnos en el año 2021, obtendremos una visión actualizada y específica del impacto de la pandemia en ese momento.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Identificar el impacto económico que generó la pandemia COVID-19 en los emprendimientos de la actividad turística del distrito de Atuncolla durante el año 2021.

2.2. Objetivos específicos

- Conocer el impacto económico anterior a la pandemia en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla.
- Determinar el impacto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito Atuncolla durante el año 2021.
- Proponer las estrategias que los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla aplicarían para optimizar su economía por causa de la pandemia COVID-19.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. *A nivel internacional*

Según Duque (2021) en su tesis “Impacto de la pandemia COVID -19 en el sector de restaurantes de GIRARDOT, Cundinamarca”. Examinar la situación de la prestación de servicios en el sector de restaurantes durante la crisis sanitaria vinculada a la pandemia de SARS-CoV-2 (COVID-19) en el año 2020, con el propósito de identificar y evaluar el impacto económico, social y cultural que esta coyuntura ha tenido en la comunidad de Girardot. El enfoque utilizado fue cualitativo, los diseños fueron descriptivo y documental, la población estuvo formada por 26 restaurantes y su muestra fue de 8 restaurantes. A partir de los resultados obtenidos, se puede concluir que la prestación de servicios en el sector de restaurantes en Girardot, Cundinamarca, sufrió un impacto extremadamente significativo como consecuencia de la crisis sanitaria que comenzó en 2020. El impacto económico observado fue de magnitudes sorprendentes y representó un desafío considerable para la muestra de restaurantes entrevistados. A nivel social y cultural, se evidenciaron cambios drásticos en la estructura y el modelo de funcionamiento de los restaurantes.

De acuerdo Quevedo et al (2020) en su investigación “Impacto del Covid-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador”. El propósito fundamental de este



ensayo fue realizar una evaluación detallada sobre cómo la pandemia del COVID-19 afectó el ámbito del emprendimiento turístico en Ecuador. Para lograr este objetivo, se recurrió a fuentes altamente respetadas en este campo, como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), además de investigaciones a nivel nacional e internacional. El proceso de análisis puso de manifiesto que la viabilidad de los emprendimientos en Ecuador está influenciada por una serie de factores, entre ellos la situación económica del país y el acceso a financiamiento mediante créditos. Se destacó que la mayoría de las iniciativas empresariales se centran en el sector de comercio y servicios, y es relevante señalar que muchas de estas empresas están lideradas por mujeres con educación superior.

Un hallazgo crucial en la literatura examinada es que el sector turismo fue duramente golpeado por la pandemia. Fue el primero en detener sus operaciones y se anticipa que será el último en recuperarse por completo. Según las estimaciones de la CEPAL, se espera una contracción de alrededor del 20% al 30% en este sector, especialmente entre las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme). Además, se proyecta que se requerirán aproximadamente 70 meses para volver a los niveles previos a la pandemia. En términos de pérdidas económicas, se determinó que el promedio acumulado alcanza los \$32,716.35 USD en el sector turismo de Ecuador. Los segmentos más afectados resultaron ser los alojamientos, con una pérdida de \$68,005.59 USD, y el transporte turístico, con \$32,716.34 USD. Un aspecto relevante a señalar es que los emprendimientos relacionados con el turismo han experimentado una recuperación más lenta y una reintegración más gradual a las actividades normales. En consecuencia, se han identificado estrategias fundamentales para revitalizar este sector, como aumentar la inversión en publicidad en plataformas de redes sociales, reducir los precios para



mantener la competitividad y buscar activamente nuevos clientes y segmentos de mercado.

De acuerdo a Becerra (2021) "Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación". El propósito primordial de este estudio consistió en llevar a cabo un análisis exhaustivo sobre los efectos generados por la pandemia del COVID-19 en el sector turístico de Ecuador. Asimismo, se buscó evaluar las repercusiones financieras que esta crisis ocasionó en las empresas relacionadas con dicha industria. Para la realización de esta investigación, se adoptó un enfoque cualitativo de carácter descriptivo. La modalidad de investigación se basó en una revisión bibliográfica y documental. La recolección de datos se efectuó mediante la consulta de múltiples fuentes, incluyendo fuentes primarias, datos estadísticos proporcionados por entidades competentes, y publicaciones científicas especializadas en el ámbito del turismo en Ecuador. Resultados: Los resultados obtenidos en este estudio resaltaron varios aspectos de importancia:

El sector turístico desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico de Ecuador. La pandemia de COVID-19 ha dejado un impacto significativo en esta industria, reflejado en una reducción notable de su contribución a la economía. Se identificaron diversas opciones estratégicas propuestas tanto por el gobierno como por expertos en el área, con el propósito de reactivar el sector turístico y apoyar la recuperación de las empresas afectadas. Po ello se concluye que está investigación subraya la importancia del sector turístico para la economía de Ecuador y enfatiza la necesidad de abordar los efectos adversos que la pandemia ha causado en esta área. Se argumenta que cualquier iniciativa para revitalizar el turismo en el país debe incorporar una reestructuración estratégica en la gestión de las empresas turísticas, respaldada por el respaldo gubernamental mediante programas de acción específicos. Estas acciones



resultan esenciales para fomentar una recuperación sostenible en la industria turística ecuatoriana en el contexto posterior a la pandemia.

3.1.2. A nivel regional

De acuerdo a Núñez y Santillana (2021) en su investigación "Percepción del impacto del COVID-19 en las empresas prestadoras de servicios turísticos Huacachina, Ica 2020". El propósito principal de este estudio de investigación fue evaluar la percepción de los efectos generados por la pandemia de COVID-19 en las empresas que ofrecen servicios turísticos en la laguna Huacachina, Ica, durante el año 2021. Metodología: Para llevar a cabo esta investigación, se aplicó un enfoque cualitativo de naturaleza básica, empleando un diseño fenomenológico. La recolección de datos se basó en entrevistas realizadas a 12 empresas turísticas de la laguna Huacachina. Los detalles metodológicos se describen de la siguiente manera: Tipo de Investigación: Cualitativa. Diseño de la Investigación: Fenomenológico. Muestra: Utilización de un muestreo no probabilístico basado en criterios específicos. Instrumentos de Recopilación de Datos: Se utilizaron guías de entrevistas y fichas de observación. Los resultados derivados de las entrevistas y observaciones se agruparon en las siguientes áreas temáticas:

Impacto Económico: Las empresas turísticas experimentaron pérdidas económicas considerables como consecuencia de la pandemia. **Impacto Social:** Se observó un incremento en las tasas de desempleo y una mayor preocupación por la salud y los salarios de los empleados debido a la pandemia. **Impacto Ambiental:** Durante el período de cuarentena, se registró una mejora temporal en las condiciones ambientales debido a la disminución de la actividad turística; sin embargo, la reapertura de las empresas resultó en un aumento de la contaminación, principalmente debido al uso de equipos de protección contra el COVID-19 que no son respetuosos con el medio



ambiente. A partir de los resultados obtenidos, se pueden extraer las siguientes conclusiones en relación con las subcategorías:

Impacto Económico: Las empresas turísticas en la laguna Huacachina experimentaron pérdidas económicas significativas como consecuencia de la pandemia, lo que impactó su estabilidad financiera. **Impacto Social:** El impacto social se tradujo en un aumento en los despidos y en una mayor atención a la salud y los salarios de los trabajadores debido a las preocupaciones relacionadas con el COVID-19. **Impacto Ambiental:** Aunque se observó una mejora ambiental durante la cuarentena, la reapertura de las empresas resultó en un incremento de la contaminación, principalmente debido a la falta de sostenibilidad en la implementación de protocolos.

De acuerdo a Calle y Yovera (2020) en su investigación "Impacto turístico en el sector hotelero: caso de LM HOTELES a raíz del COVID-19 en la ciudad de Piura 2020". El objetivo central de este estudio de tesis consiste en identificar los efectos del turismo en el sector hotelero, específicamente enfocado en el caso de LM HOTELES, como consecuencia de la pandemia de COVID-19 en la ciudad de Piura. Esta investigación se basa en un enfoque cualitativo con un nivel exploratorio y diseño no experimental. Para alcanzar este objetivo se utilizó una guía de entrevista como herramienta de investigación, la cual se aplicó a los jefes de área que desempeñan sus labores en LM HOTELES. Este enfoque exploratorio permitió examinar en profundidad las percepciones y experiencias de los profesionales en el sector hotelero. Los resultados obtenidos de esta investigación arrojaron que cada impacto turístico ocasionado por la pandemia tuvo tanto aspectos positivos como negativos en LM HOTELES. Las conclusiones derivadas de este estudio indican que, en términos socioculturales, se observó un aumento en los ingresos del restaurante debido a la confianza que los huéspedes tienen al consumir dentro del establecimiento. No obstante, esto también afectó



la ocupación del hotel, que disminuyó hasta un 70%. En cuanto al impacto medioambiental, se registró una consecuencia negativa debido a la contaminación ambiental provocada por el uso excesivo de productos perjudiciales para el entorno. Finalmente, en el aspecto económico, se identificaron desafíos relacionados con la rentabilidad del hotel y el bienestar de sus colaboradores, los cuales se vieron afectados por las circunstancias impuestas por la pandemia.

Según Bedón (2021) en su investigación "Impacto económico y emprendimientos que se reinventan por la COVID-19, distrito de Huacho 2021". El objetivo principal de esta investigación consiste en determinar la relación existente entre el impacto económico y las acciones de adaptación y reinversión emprendidas como respuesta a la pandemia de COVID-19 en el distrito de Huacho durante el año 2021. Esta investigación adoptó un enfoque cuantitativo y se basó en un diseño correlacional no experimental de naturaleza transversal. La investigación recopiló datos de emprendedores ubicados en el distrito de Huacho durante el año 2021. El instrumento de recolección de datos fue la encuesta. Los resultados obtenidos a partir de este estudio arrojaron evidencia de una relación significativa, positiva y fuerte entre el impacto económico y los emprendimientos en el distrito de Huacho durante el año 2021. Además, se identificó que las diferentes dimensiones del impacto económico, como las afectaciones directas a la producción, las interrupciones en la cadena de suministro y mercado, y las implicaciones financieras en los negocios, también mantuvieron una correlación positiva y significativa con los emprendimientos.

En resumen, este estudio ha demostrado que la pandemia de COVID-19 dejó un impacto económico notable en el distrito de Huacho en 2021. Los emprendimientos que optaron por adaptarse y renovarse en respuesta a esta crisis exhibieron una relación positiva y sólida con las condiciones económicas locales. Estos resultados enfatizan la

importancia de la adaptabilidad y la innovación en el entorno emprendedor durante momentos críticos, y proporcionan valiosa información para la formulación de estrategias y la planificación en el ámbito económico y empresarial en esta región específica.

3.1.3. A nivel local

Según Quispe y Lupo (2021) en su tesis “Impacto económico del covid-19 en los emprendimientos turísticos de las islas flotantes de los UROS, 2020”. El propósito central de este estudio de tesis es evaluar el impacto económico ocasionado por la pandemia del COVID-19 en los emprendimientos turísticos ubicados en las islas flotantes de Los Uros. Para abordar esta investigación, se adoptó un enfoque mixto de naturaleza descriptiva, sin llevar a cabo experimentos. El diseño empleado es de tipo transversal. Se implementaron diversas técnicas de investigación, que incluyeron la aplicación de encuestas, observación no participante y revisión documental. Los instrumentos utilizados consistieron en cuestionarios cerrados, anotaciones de campo y fichas bibliográficas. Para el análisis de datos, se hizo uso del software estadístico SPSS. La muestra de estudio comprendió a 88 emprendedores turísticos de las islas flotantes de Los Uros.

Los hallazgos de esta investigación revelan que el impacto económico provocado por la pandemia del COVID-19 en los emprendimientos turísticos de Los Uros fue considerablemente adverso. La pandemia del COVID-19 tuvo un impacto económico devastador en los emprendimientos turísticos de las islas flotantes de Los Uros, afectando significativamente sus economías. No obstante, este impacto negativo también brindó la oportunidad de replantear estrategias y mejorar las actividades turísticas en la región. La disminución en la afluencia de turistas, la reducción de ingresos y la merma en la calidad de vida de los emprendedores turísticos subrayan la necesidad de implementar medidas de apoyo y recuperación en la industria turística de Los Uros. Los resultados de este estudio pueden servir como base para la formulación de políticas y estrategias destinadas



a mitigar los impactos negativos de futuras crisis similares en el sector turístico de la región.

3.2. Marco teórico

3.2.1. *Impacto económico del COVID-19*

La noción de impacto económico hace referencia a las repercusiones que una medida, acción o declaración pueden tener en el contexto económico. Cuando se habla de impacto económico, se está haciendo alusión a las consecuencias que dicha medida o acción pueden tener sobre la situación financiera de un individuo, una comunidad, una región o incluso un país en su conjunto (Santamaría y Bayas, 2018).

3.2.2. *Producción*

En el ámbito empresarial, se entiende como proceso de producción a una serie de etapas interconectadas que se aplican a la materia prima o insumos con el propósito de convertirlos en un producto final que esté listo para ser comercializado y vendido en el mercado. Este procedimiento es esencial en la fabricación y elaboración de bienes tangibles, que pueden abarcar desde productos manufacturados y alimentos hasta productos químicos y maquinaria, entre otros. El proceso de producción engloba una secuencia de fases meticulosamente planificadas y coordinadas, las cuales pueden variar dependiendo de la industria y del producto particular que se esté produciendo (Cetys, 2021).

3.2.3. *Empleo*

Dentro del ámbito laboral, el empleo hace referencia al procedimiento en el cual una persona aporta al progreso y operación de una entidad o compañía a través de su desempeño laboral y sus aptitudes. Esta aportación puede manifestarse de diversas maneras, como la ejecución de tareas, la toma de decisiones, la prestación de servicios, la



elaboración de productos o la supervisión de proyectos, entre otras responsabilidades laborales (Gil, 2020).

3.2.4. *Distribución de la renta*

En el ámbito económico, la distribución de la renta hace referencia al procedimiento a través del cual se distribuyen y asignan los ingresos y ganancias generados por los diferentes elementos que contribuyen a la producción dentro de una economía. Estos elementos de producción engloban el trabajo humano, el capital (como maquinaria e inversiones financieras) y los recursos naturales, y cada uno de ellos desempeña un papel esencial en la generación de riqueza en una sociedad (Roldán, 2018).

3.2.5. *Emprendimiento turístico*

Los emprendimientos turísticos se refieren a empresas o proyectos empresariales que se dedican a ofrecer una amplia gama de servicios relacionados con la industria del turismo. Estos negocios están diseñados para atender las necesidades y deseos de los viajeros y turistas, proporcionando servicios que abarcan desde alojamiento y alimentación hasta actividades de entretenimiento y excursiones turísticas. Los emprendimientos turísticos pueden variar en tamaño y alcance, y se ubican en diversos segmentos del mercado turístico, abarcando desde opciones económicas hasta experiencias de lujo. Su propósito principal es satisfacer las demandas de los viajeros mientras contribuyen al crecimiento económico y cultural de las regiones y destinos turísticos donde operan. Estos emprendimientos desempeñan un papel esencial en la promoción y el desarrollo continuo de la industria turística en diferentes ubicaciones alrededor del mundo (Mincetur, 2019).

3.2.6. *Emprendimiento Artesanal*

Un negocio artesanal o emprendimiento de artesanía se describe como una empresa que se centra en la fabricación y comercialización de productos elaborados

manualmente, empleando habilidades y métodos tradicionales los emprendimientos artesanales a menudo se especializan en la producción de una amplia gama de productos que incluyen joyería, cerámica, textiles, muebles, alimentos gourmet, entre otros. Estos emprendedores tienden a centrarse en la sostenibilidad, la preservación de la herencia cultural y el apoyo a la comunidad local. Además, los negocios artesanales pueden aprovechar la demanda de productos auténticos, únicos y con un toque especial en un mercado que valora la autenticidad. Los artesanos se destacan por su profunda pasión por su oficio y su dedicación a la calidad y a las técnicas artesanales tradicionales (Martinez, 2023).

3.2.7. *Emprendimiento Comunitario*

Un emprendimiento comunitario es una empresa o iniciativa que se establece y opera mediante la colaboración y participación de una o varias comunidades locales. Su principal objetivo es llevar a cabo actividades económicas o sociales que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes que forman parte de estas comunidades participantes (Gallo, 2023).

Estos emprendimientos suelen surgir como respuesta a necesidades específicas dentro de una comunidad o como una forma de aprovechar los recursos y habilidades disponibles en el entorno local. Pueden abordar una amplia gama de sectores, desde la agricultura y la producción de alimentos hasta la artesanía, el turismo comunitario, la educación, la salud y otros servicios (Gallo, 2023).

Las características clave de un emprendimiento comunitario Según Gallo (2023) incluyen:

- Participación activa: La comunidad local desempeña un papel fundamental en la creación, gestión y toma de decisiones del emprendimiento. Los miembros de la comunidad suelen tener un interés personal en el éxito del proyecto.



- Impacto local: Estos emprendimientos están diseñados para beneficiar directamente a la comunidad en la que operan.
- Sostenibilidad: Los emprendimientos comunitarios a menudo tienen un enfoque en la sostenibilidad a largo plazo. Buscan equilibrar el crecimiento económico con la preservación del entorno natural y cultural de la comunidad.
- Colaboración: Pueden establecerse alianzas y colaboraciones con organizaciones gubernamentales, no gubernamentales o empresas privadas.
- Empoderamiento: Estos emprendimientos buscan empoderar a los miembros de la comunidad al brindarles la oportunidad de participar activamente en la toma de decisiones y en la gestión de la empresa.
- Valor compartido: Buscan crear valor tanto para la comunidad como para los emprendedores involucrados.

3.2.8. *Emprendimiento de servicios turísticos*

El emprendimiento turístico se define como la iniciativa de establecer y administrar negocios o empresas que ofrecen una amplia gama de servicios relacionados con la industria del turismo. Estos servicios pueden incluir desde el hospedaje, la restauración, el transporte y las actividades recreativas hasta la planificación de itinerarios y la organización de viajes. La esencia del emprendimiento turístico reside en satisfacer las necesidades y deseos de los viajeros, proporcionándoles experiencias únicas, comodidades y entretenimiento que mejoren su disfrute durante sus vacaciones o travesías (Fontano, 2019).

3.3. Marco conceptual

3.3.1. *Pandemia covid-19*

En enero de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que el brote de la nueva enfermedad causada por el coronavirus 2019 (COVID-19) constituía

una emergencia de salud pública de preocupación internacional. Esta declaración marcó un hito importante en la evolución de la enfermedad, ya que señaló la gravedad del brote a nivel global. La caracterización de la COVID-19 como una pandemia implica que la epidemia se ha propagado a múltiples países, continentes o incluso a nivel mundial, y que ha afectado a un gran número de personas (Cerdea y García, 2021).

3.3.2. Turismo

El turismo se puede definir como el conjunto de acciones que las personas realizan durante sus desplazamientos y estancias en lugares distintos a su residencia habitual. Estos viajes suelen tener una duración que no excede un año y pueden tener diversos propósitos, como el ocio, los negocios, la educación, la cultura, el deporte y más (OMT, 1997).

3.3.3. Destino turístico

Un destino turístico se define como el área geográfica o lugar hacia el cual los viajeros se desplazan con la intención de consumir productos o servicios relacionados con el turismo. Este desplazamiento es un componente esencial para la experiencia turística, ya que el sitio al que se dirigen se convierte en el epicentro de atracción y actividad para los visitantes. Estos destinos turísticos pueden variar en tamaño y características, abarcando desde ciudades enteras y regiones hasta pequeñas localidades o áreas naturales específicas (Di Bella, 1991).

3.3.4. Turismo comunitario

El turismo comunitario es un enfoque de gestión turística en el cual las comunidades locales, en su mayoría compuestas por pueblos originarios como indígenas, mestizos y afrodescendientes, son propietarias y administradoras de los recursos naturales y culturales de sus áreas. Este modelo se basa en principios clave, que incluyen un fuerte



compromiso social, el respeto y la preservación del entorno natural, y la distribución equitativa de los beneficios generados por la actividad turística (Codespa, 2012).

3.3.5. *Ecoturismo*

El ecoturismo se define como un tipo de viaje que se centra en actividades de ocio orientadas a la apreciación y comprensión de la naturaleza mediante la interacción directa con el entorno natural. Desde otro punto de vista, es una oferta turística diseñada para aquellos viajeros que tienen un interés especial en la historia natural y que desean respaldar y participar activamente en la preservación del medio ambiente (Entorno Turístico, 2022).

3.3.6. *Producto turístico*

El producto turístico es una amalgama de componentes, algunos tangibles y otros intangibles, cuidadosamente diseñados y ofrecidos con el propósito de cumplir con las expectativas y deseos de los turistas. Este conjunto incluye una diversidad de elementos, que van desde recursos naturales y culturales hasta infraestructuras, servicios y actividades de entretenimiento, todos ellos disponibles para los viajeros con el fin de satisfacer una demanda turística específica (Aguado, 2022).

3.3.7. *Planta turística*

Un conjunto de empresas que brindan servicios para la estancia y disfrute de los turistas en el lugar de destino, incluyendo alojamiento, servicios de restauración, actividades recreativas, transporte, entre otros. Estos servicios generalmente se ofrecen en el destino turístico en sí, a excepción de las agencias de viajes emisoras, que operan en el lugar de origen del viajero (Córdoba, 2020).

3.3.8. *Oferta turística*

La oferta turística se puede definir como el conjunto completo de productos y servicios relacionados con el turismo que se ponen a disposición de los viajeros en un



destino turístico determinado, con el objetivo de que los turistas puedan disfrutar y utilizar estos elementos durante su visita a ese lugar específico. Esta oferta engloba una amplia variedad de elementos, que van desde opciones de alojamiento, restaurantes, medios de transporte y actividades de ocio hasta las atracciones turísticas, eventos culturales y experiencias únicas que el destino puede proporcionar (OMT, 1997).

3.3.9. Demanda turística

La demanda turística abarca a todas aquellas personas que, en calidad de turistas, viajeros o visitantes, tienen la intención y el interés de consumir y disfrutar de las experiencias que un destino turístico específico puede proporcionar. Estas experiencias incluyen actividades como la compra de recuerdos, la utilización de servicios de alojamiento, la exploración de opciones gastronómicas, así como la participación en actividades recreativas y culturales, entre otras (Panosso y Lohmann, 2012).

3.3.10. Actores turísticos

Los participantes en la industria turística de una región y las conexiones entre ellos son componentes esenciales para la efectiva configuración del espacio turístico. Estos actores desempeñan un papel fundamental en la formulación y ejecución de las estrategias y medidas que un territorio debe tomar para ajustarse a las cambiantes condiciones ambientales y las demandas del turismo. Su contribución y cooperación son de gran importancia para garantizar que el destino turístico sea sostenible, competitivo y atractivo para los visitantes en un entorno en constante evolución (Merinero y Zamora, 2018).



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1. Hipótesis general

La pandemia de COVID-19 ha paralizado la actividad turística en todos los niveles, reduciendo los ingresos del turismo en el distrito de Atuncolla en un 90 %.

4.2. Hipótesis específica

- El impacto económico antes de la pandemia era favorable en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla ya que la actividad turística aportaba el 90% de sus ingresos totales.
- El impacto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla es precario a causa de las pérdidas producidas por la inmovilización nacional e internacional de las actividades turísticas.
- La reinversión de sus productos ayudó a mejorar la economía de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla.

4.3. Variables

Variable Independiente

La pandemia COVID-19

Variable Dependiente

Impacto económico

Unidad de análisis

Emprendimientos turísticos

4.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Impacto económico (V1)	La idea de impacto económico alude a las posibles consecuencias que una medida, acción o declaración pueden generar en el ámbito económico. Cuando nos referimos al impacto económico, estamos hablando de los efectos que esa medida o acción específica pueden tener en la situación financiera de una persona, una comunidad, una región o incluso en la economía de un país completo (Santamaría y Bayas, 2018).	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje dedicado a la actividad turística • Ingreso promedio mensual • Promedio de turistas atendidos
Pandemia COVID-19 (V2)	Los emprendimientos turísticos son negocios que se dedican a ofrecer una variedad de servicios relacionados con el turismo, dirigidos a satisfacer las necesidades de los viajeros. Esto incluye alojamiento, alimentación, actividades de entretenimiento y excursiones. Estos negocios pueden variar en tamaño y ofrecer opciones para diferentes segmentos de mercado, desde económicas hasta lujosas. Su objetivo principal es atender a los turistas y, al mismo tiempo, contribuir al desarrollo económico y cultural de las regiones turísticas. En resumen, son actores clave en la promoción y el avance de la industria turística a nivel mundial (Mincetur, 2019).	Empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Personas dependientes del emprendimiento • Percepción de calidad de vida • Gasto mensual promedio
		Distribución de la Renta	<ul style="list-style-type: none"> • Prestamos crediticios • Emprendimientos
		Emprendimiento Artesanal	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo • Bolsa de trabajo
		Emprendimiento Comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos • Ventas
		Emprendimiento de servicios turísticos	

Nota. Elaboración propia (2023).



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Enfoque de la investigación

El enfoque utilizado en la presente investigación fue cuantitativo.

Se recolectan información empírica que implica el uso de métodos que permiten medir aspectos o elementos del mundo físico o social que pueden ser cuantificados. Estos métodos incluyen la observación sistemática, las encuestas y los experimentos controlados. Al recopilar datos empíricos, se obtienen resultados numéricos que pueden ser analizados estadísticamente y utilizados para realizar predicciones o tomar decisiones informadas (Behar, 2008)

5.2. Método aplicado a la investigación

El método utilizado fue deductivo.

El método hipotético-deductivo, también conocido como método de contraste de hipótesis, se basa en establecer la verdad o falsedad de las hipótesis a través de la verificación empírica de sus consecuencias observacionales. Las hipótesis son enunciados generales que incluyen términos teóricos y no pueden ser comprobados directamente. Por lo tanto, se deducen consecuencias observacionales a partir de ellas, que son enunciados que se refieren a objetos y propiedades observables. Estas consecuencias observacionales son verificables empíricamente, es decir, podemos establecer su verdad o falsedad directamente mediante la observación y experimentación (Behar, 2008).



5.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue de tipo básico.

La investigación básica, también conocida como investigación pura, teórica, dogmática o básica, tiene como objetivo principal formular nuevas teorías o modificar las existentes, con el fin de incrementar los conocimientos científicos o filosóficos, sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. Esta forma de investigación se caracteriza por partir de un marco teórico y permanece en él, sin preocuparse por la aplicación de los hallazgos (Behar, 2008).

5.4. Nivel de investigación

La investigación descriptiva se utiliza para estudiar cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Este nivel permite detallar el fenómeno estudiado a través de la medición de uno o más de sus atributos. En el contexto de las ciencias sociales, esta investigación se enfoca en la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes de un fenómeno, y en su interrelación (Behar, 2008).

5.5. Diseño de investigación

El diseño utilizado fue no experimental.

En este tipo de estudios, el investigador no manipula ni controla las variables, sino que las observa y mide tal como se presenta en el ambiente natural. La observación puede ser realizada en forma directa, en la que el investigador se encuentra presente en el lugar donde se lleva a cabo el fenómeno, o en forma indirecta (Behar, 2008).

5.6. Población y muestra

5.6.1. Población

La población está constituida por todos los emprendimientos turísticos en general del distrito de Atuncolla, que participan de manera directa o indirecta de la actividad.

5.6.2. Muestra

Según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017), la población económicamente activa relacionada al turismo es de 138, este dato se toma como población y la muestra fue estimada por la siguiente formula:

Para el tamaño de la muestra se aplicó con la siguiente formula.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{e^2 \times (N - 1)Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza, (1.96).

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.5).

q = probabilidad de fracaso, (0.5)

e = error de estimación máximo aceptado 10%

n = tamaño de la muestra

$$n = \frac{138 \times 1.96 \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2 \times (138 - 1)1.96 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{67.62}{0.6713}$$

$$n = 100.729927$$

$$\rightarrow n = 102$$



5.7. Técnicas e instrumentos

5.7.1. Técnica

La técnica para la recolección de datos se utilizó una encuesta que da lugar a establecer contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos la modalidad que se utilizó es la encuesta a los emprendedores de Atuncolla.

5.7.2. Instrumento

El instrumento para la recolección de información fue la aplicación del cuestionario de la aplicación del cuestionario de encuesta del impacto económico del covid-19 en el distrito de Atuncolla.

Cada pregunta ha tenido una escala valorativa porcentual desde 0% hasta el 100% asignándole a los porcentajes siguientes 0% a 20% Muy Mala, 21% a 40% Mala, 41% a 60% Regular, 61% a 80% Buena, 81% a 100% Muy Buena. Este instrumento abarca las siguientes Dimensiones, las cuales están estructurados de la siguiente manera:

- Ingreso familiar según actividad económica: preguntas 1
- Situación económica antes de la pandemia: preguntas del 2 al 7
- Situación económica actual: preguntas del 8 al 13
- Estrategia para mejorar su economía durante el cofinanciamiento:
Pregunta 14

5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

5.8.1. Confiabilidad

Se utilizó el método de alfa de Cronbach para evaluar la confiabilidad de un instrumento de medición, como un cuestionario o una escala de evaluación.



La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados (Hernandez-Sampieri & Mendoza-Torres, 2018). Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación.

Como criterio general, George y Mallery, (2019, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa >0.9 es excelente
- Coeficiente alfa >0.8 es bueno
- Coeficiente alfa >0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >0.5 es pobre
- Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

5.8.1. Validez

Prueba de confiabilidad cuestionario:

“cuestionario de encuesta del impacto económico del covid-19 en el distrito de Atuncolla”, Se siguió como pasos:

- Se delimito una muestra piloto de 10 emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla para la validez del instrumento.

- Se encuestó a través de una escala de 1 a 5 ítems que representan en valores de porcentaje y cifras cuantificadas para los emprendedores turísticos como: muy mala, mala, regular, bueno y muy bueno se tomó la muestra con los cuestionarios validados.
- Los datos recopilados de los cuestionarios validados fueron analizados a través del programa estadístico SPSS V26.

Tabla 2

Número total de análisis de la encuesta piloto

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	10	100,0

Fuente: Elaboración Propia

Se analizó mediante el método de matriz de correlaciones mediante la siguiente fórmula.

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n - 1)}$$

Donde:

α = alfa de cronbach

n = número de ítems

P = promedio de las correlaciones lineales de cada uno de los ítems.

Tabla 3

Fiabilidad del instrumento Gestión Administrativa Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad de la Gestión Administrativa	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,725	14

El índice de consistencias interna alfa de Cronbach cuyo valor es 0.725 nos indica que es fiable el instrumento para medir “el impacto económico de la pandemia covid-19 en los



empresarios turísticos” por lo que supera el 0.5 de consistencia que es considerado como aceptable.

5.9. Procedimiento de tratamiento de datos

Se codificaron las encuestas y respuestas para facilitar su análisis en el programa Microsoft Excel, luego se elaboró una matriz de datos con las respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario, de esta manera se pudieron elaborar los cuadros, tablas y gráficos que ayudaron a interpretar las respuestas de los emprendimientos del distrito.

5.10. Contrastación de hipótesis

La contrastación de esta investigación se centra en las correlaciones descriptivas, Después de tabular los datos, se prueba la hipótesis mediante una prueba estadística como prueba de chi-cuadrado ya que las variables son cuantitativas, lo que significa que pertenecen a cualidades o características que se pueden cuantificar con números; la medida se amplía y procesa en el sistema SPSS. Esta prueba compara dos proporciones utilizando una distribución de chi-cuadrado, porque hay una secuencia predeterminada para ellos, que incluye criterios como la edad y el estado civil, entre otras cosas.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

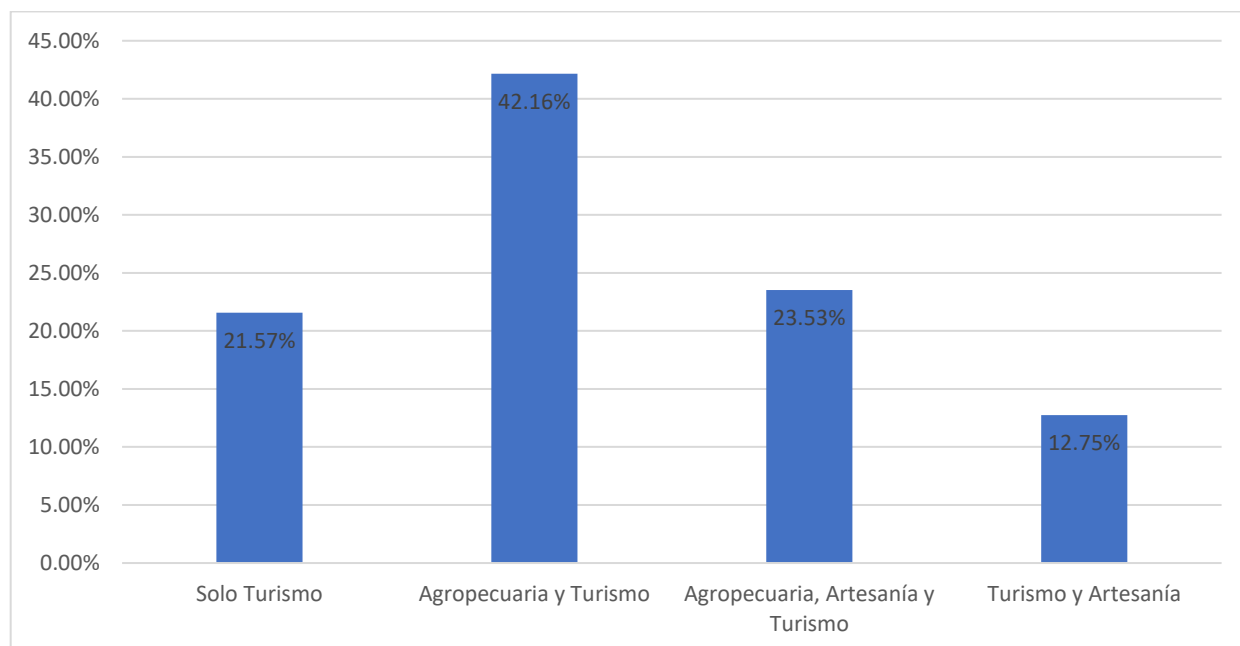
6.1. Presentación de resultados

6.1.1. Contexto económico antes de la pandemia COVID-19 en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla

En el distrito de Atuncolla, el turismo desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico al proporcionar ingresos a la comunidad y a las empresas locales. Antes de la pandemia, la región atraía a más de 80,000 visitantes anuales, principalmente debido a la proximidad del Complejo Arqueológico de Sillustani, un punto de interés tanto para turistas nacionales como extranjeros. Los emprendimientos turísticos se ubican en las cercanías de este atractivo, ofreciendo una variedad de servicios que incluyen comida, tiendas de artesanías, alojamiento rural y experiencias culturales y religiosas. Además, se promueve el turismo comunitario, que resalta las tradiciones culturales y la vida en las comunidades locales, enriqueciendo así la oferta turística y satisfaciendo las demandas de los visitantes en términos de cultura, aventura y experiencias rurales. Estas actividades no solo impulsan la economía local, sino que también generan oportunidades de empleo y contribuyen al desarrollo sociocultural en la región.

Figura 1

Porcentaje de ingreso por actividad Agropecuaria en emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla



Nota. Elaboración propia de acuerdo con datos de encuestas realizadas

Interpretación

Según los datos recogidos mediante la encuesta aplicada el 42.16% realizan la actividad agropecuaria complementaria a la actividad turística, el 23.53% realizan actividades agropecuarias, artesanales y relacionadas con el turismo, el 21.57% únicamente realiza las actividades económicas relacionadas con el turismo y el 12.75% solo subsiste de la actividad del turismo y la artesanía.

Según estos datos, antes de la emergencia sanitaria, la situación económica de los emprendimientos turísticos les permitía cubrir los gastos operativos, logísticos, pagos a proveedores y otras actividades relacionadas con su funcionamiento. La actividad turística se integraba de manera complementaria con otras actividades económicas que se llevaban a cabo en el distrito. La mayoría de las respuestas en este aspecto provinieron de los emprendimientos ubicados en las proximidades del Complejo Arqueológico de

Sillustani. Estos establecimientos no se dedican exclusivamente al turismo, ya que también atienden a la población local. De hecho, señalaron que las ventas a visitantes representaban solo la mitad de sus ingresos totales generados por la actividad.

Tabla 4

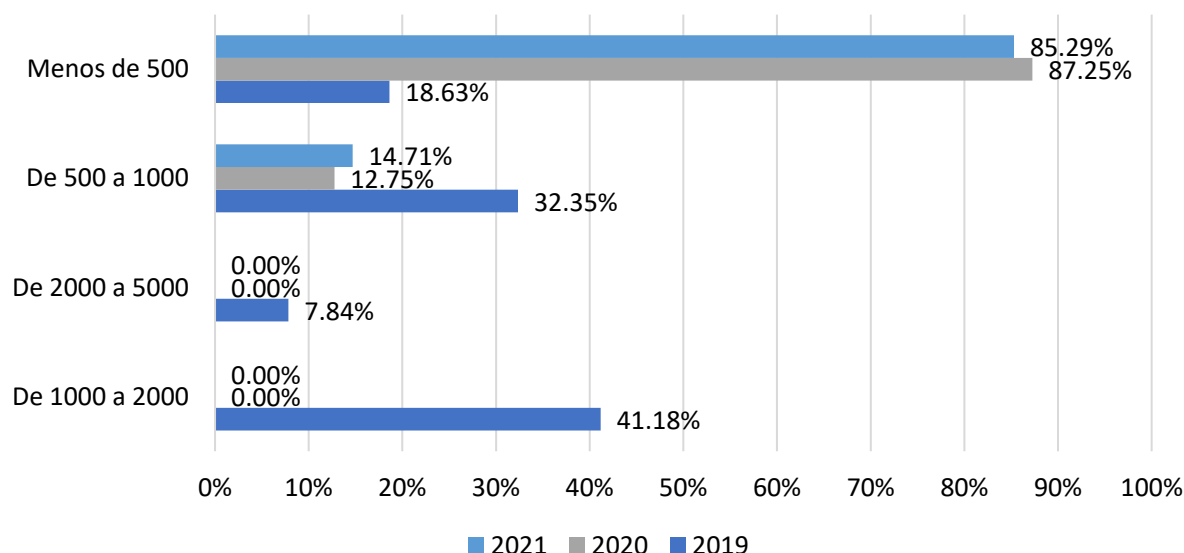
Porcentaje de ingresos económicos según actividad de los emprendimientos del distrito de Atuncolla

Porcentaje de Ingreso	Agropecuaria	Artesanía	Turismo	Comercio	Otros
0 – 20%	26.47%	9.80%	75.49%	60.78%	100.00%
20 – 40%	40.20%	18.63%	24.51%	16.67%	0.00%
40 – 60%	25.49%	40.20%	0.00%	12.75%	0.00%
60 – 80%	7.84%	31.37%	0.00%	9.80%	0.00%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

Interpretación

Como se muestra en la tabla 1, la actividad turística representaba para el 75.49% un ingreso mensual de hasta el 20% antes de la emergencia sanitaria, no siendo suficiente los ingresos que dejan los visitantes. En la categoría de otros se pudo registrar en las encuestas que se realizaban actividades como construcción civil, transporte público y turístico y pesca, aportando estas actividades hasta el 20% de los ingresos mensuales.

Figura 2*Promedio de ingreso mensual según año*

Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

Interpretación

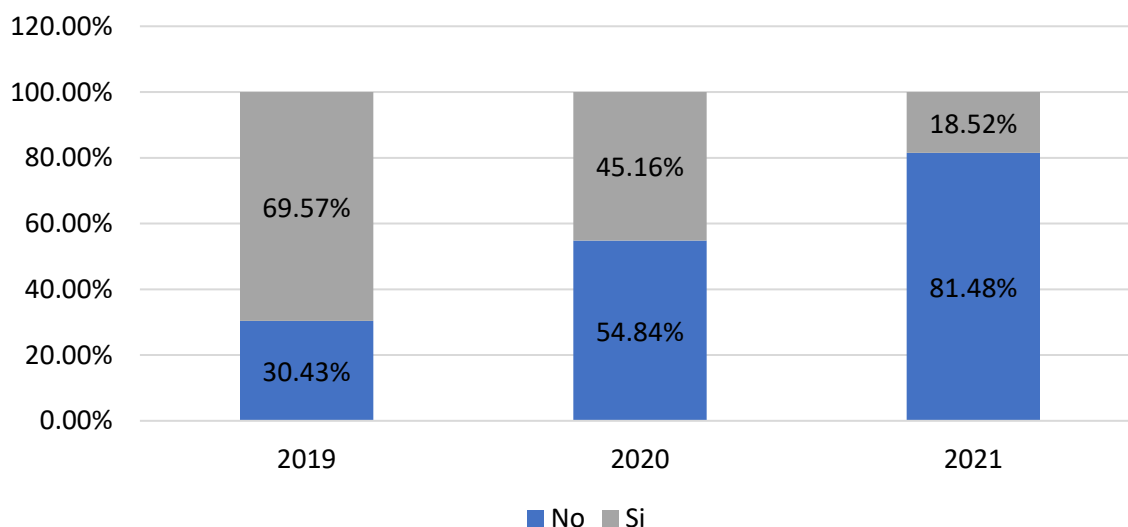
Se puede observar en la figura 2 que, en el año 2019, antes del inicio de la emergencia sanitaria el ingreso mensual fue menos de 500 soles para el 18.63%, de 500 a 1000 soles para el 32.35 de encuestados, de 2000 a 5000 soles para un 32.35% de los emprendedores, de 1000 a 2000 soles para el 41.18%. Durante el año 2020, año de apertura de fronteras y reinicio de actividades turísticas, para el 87.25% de emprendedores el ingreso por actividades turísticas represento menos de 500 soles mensuales, hasta 1,000 soles para el 12.75%. Con referencia al ingreso promedio mensual durante el año 2021, para el 85.29% fue menor a 500 soles, hasta 1000 soles para un 14.71% de los encuestados. En este año ninguno de los emprendedores registro ingresos mensuales superiores a mil soles provenientes de la actividad turística.

De los resultados anteriores se puede desprender que, para los emprendedores que percibían un ingreso menor a 500 soles el grupo, en el segundo año se incrementó en 68.62% y en el año 2021 disminuyo en 1.96%. Para el grupo que generaba ingresos de

500 a 1000 soles, este disminuyó en 19.60%, para luego incrementarse en el 2021 en 1.96%. Para los grupos de emprendimientos que percibían ingresos en 2019 de entre 1000 a 5000 soles, ambos se redujeron en 100% durante los años 2020 y 2021.

Figura 3

Cumplimiento de pago de préstamos financieros para el emprendimiento turístico



Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

Interpretación

Se puede observar en la figura 3 que se analizó la situación de cumplimiento de deudas con entidades financieras con las que se tenía un crédito para el emprendimiento, de los cuales en el año 2019 se tenía un incumplimiento del 30.43% que no pudo cumplir con sus obligaciones de pago, en el año 2020 el 54.84% y el 2021 un 81.48% no pudo pagar con sus deudas. Se debe mencionar que del total de emprendimientos solo el 34.68% tuvo un préstamo en el 2019, en el año 2020 el 25.87% tuvo un préstamo con entidades financieras y el 2021 solo el 8.54% tuvo un préstamo para invertir en el emprendimiento.

Tabla 5*Percepción de la calidad de vida según año*

	2019	2020
Buena	27.45%	6.86%
Regular	52.94%	9.80%
Mala	15.69%	70.59%
Muy Mala	3.92%	12.75%
Total	100.00%	100.00%

Nota. Elaboración propia de acuerdo con datos de encuestas realizadas

Según la tabla 2, la percepción de calidad de vida se puede expresar como la percepción del bienestar de una persona cuyo escenario de patrimonio económico proviene de la relación directa entre variables de producción, ocupación y distribución de la utilidad. Según (Pico, 1997), El bienestar económico generalmente se mide por el ingreso per cápita, la cantidad de bienes y servicios producidos por el residente promedio en un área, pero otras variables como el crecimiento económico o las tasas de desempleo que son importantes para el desarrollo de la población ya que afectan la calidad de vida deben también ser considerado. En la distribución de la renta de bienestar económico, a diferencia de países con grandes diferencias entre clases socioeconómicas, una mayor y mejor distribución redundaría en una sociedad más próspera.

Según los datos obtenidos, durante el año 2019 la percepción de calidad de vida era buena para un 27.45%, regular para un 52.94%, mala para un 15.69% y muy mala para un 3.92%. Durante el año 2020, la percepción de bienestar disminuyó, los que consideraron que tienen una calidad de vida mala aumentó a 70.59% y muy mala a 12.75%. Durante el año 2021 la percepción de regular se incrementó a 44.12% y la mala y muy mala disminuyó a 46.08% y 6.86% respectivamente.



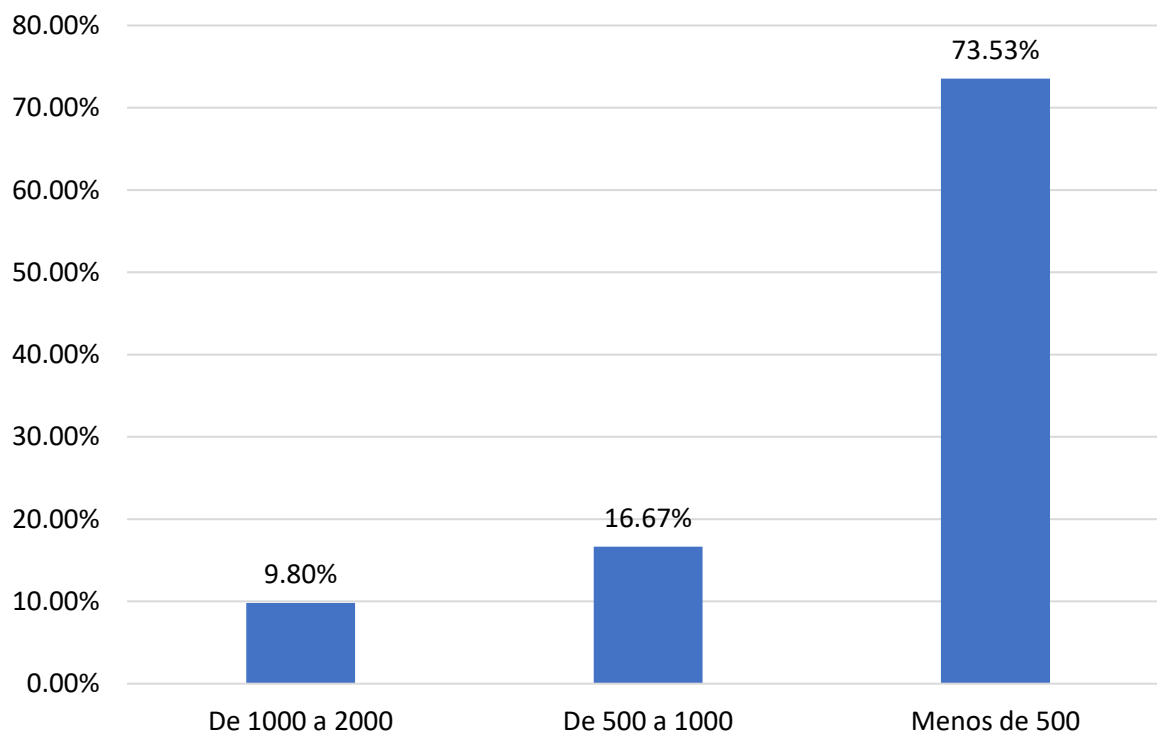
Esta percepción es importante dentro del análisis de la situación económica debido a que permite conocer si la actividad turística está aportando en el ingreso o renta de los emprendimientos y si ayuda en la mejora de la calidad de vida de los pobladores emprendedores, como la generación de más empleo local, tanto directo como indirecto, la atracción de más inversiones económicas en el destino turístico (infraestructura turística) o promover la generación de nuevos servicios, emprendimientos turísticos como agencias de viajes, transporte, hospedaje y actividades variadas, así como su incremento y desarrollo.

6.1.2. Contexto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla en el año 2021.

El impacto de la covid-19, esencialmente han sido las prohibiciones para el movimiento y reunión entre personas que, con la disminución de los ingresos familiares, formaron una importante disminución de desplazamientos y visitas a zonas turísticas. Según los datos de la (Superintendencia Nacional de Migraciones, 2021), el número de visitantes extranjeros a nivel nacional se redujo de 4.4 millones en 2019 a 900 mil en 2020 y según (Mincetur, 2020) las visitas al C. A. de Sillustani se ha reducido de 88,505 a 6,874 visitantes.

Figura 4

Ingreso promedio mensual en 2021



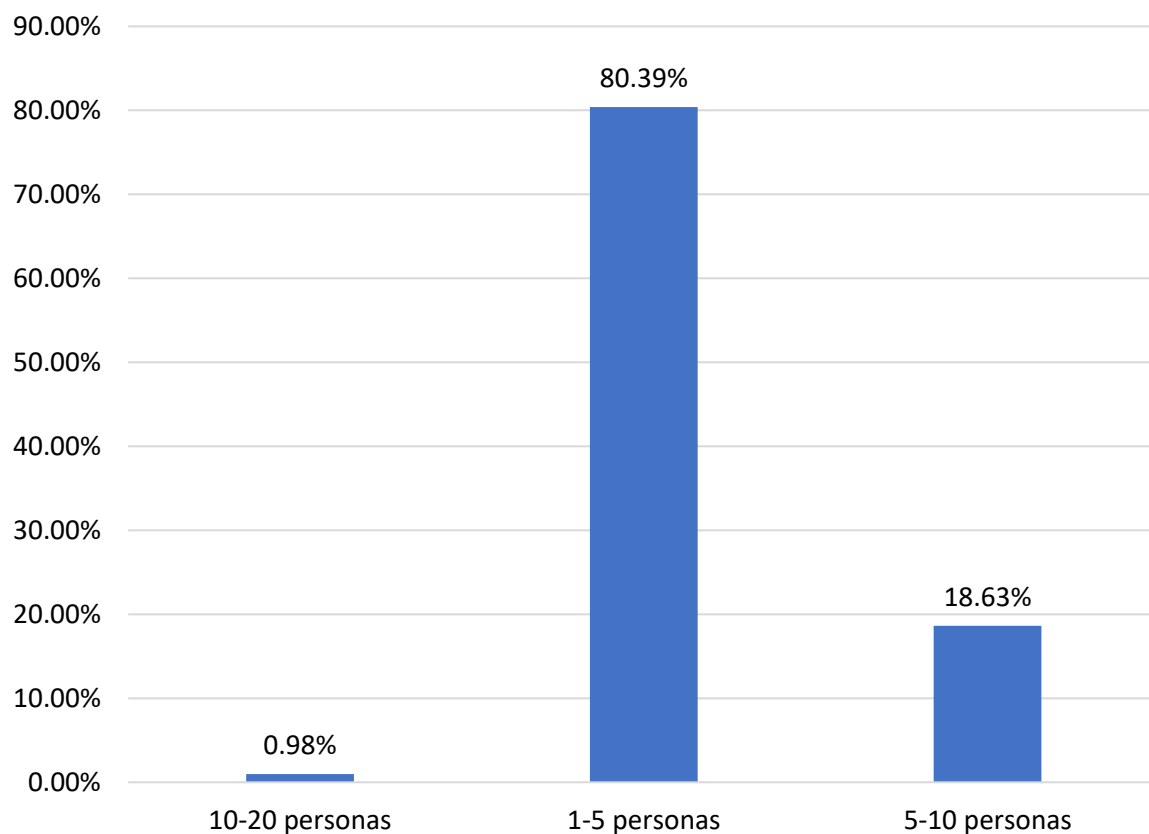
Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

Interpretación

Según la Figura 4, la situación anteriormente descrita, se ha reducido el ingreso mensual de los emprendimientos a un año de la declaración de emergencia por la pandemia, ya que el 73.53% de los encuestados tuvo un ingreso de menos de 500 soles, el 16.67% de 500 a 1000 soles y el 9.80% tuvo un ingreso de 1000 a 2000 soles. Como se observa, hay un decremento en el ingreso de los emprendedores que disminuye su percepción de calidad de vida y bienestar. Esta reducción en el ingreso ocasiona una reducción de los gastos del consumo y también la base de los impuestos recaudatorios, así como la reducción del capital del emprendimiento.

Figura 5

Número promedio de personas que dependen del emprendimiento turístico



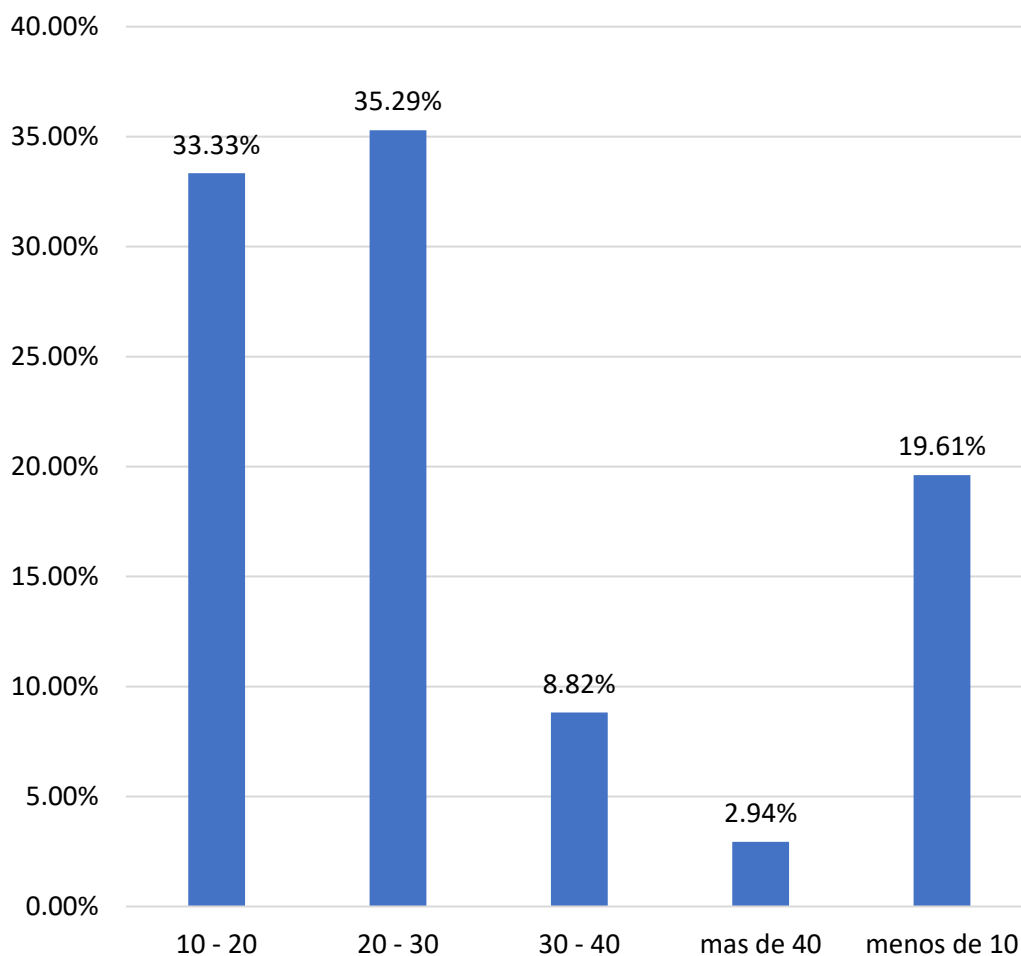
Nota. Elaboración propia de acuerdo con datos de encuestas realizadas.

Interpretación

Según la figura 5, se analizó el número promedio de personas que dependen del emprendimiento turístico (figura 10), ya que según los datos obtenidos el 80.39% de emprendimientos turísticos da trabajo de 1 a 5 personas y el 18.63% de 5 a 10 personas. Estos datos indican que la mayor parte de los emprendimientos son microempresas en las que se está contratando al mínimo personal para mantener las operaciones y actividades básicas del emprendimiento.

Figura 6

Arribo promedio mensual de turistas al emprendimiento



Nota. Elaboración propia de acuerdo con datos de encuestas realizadas

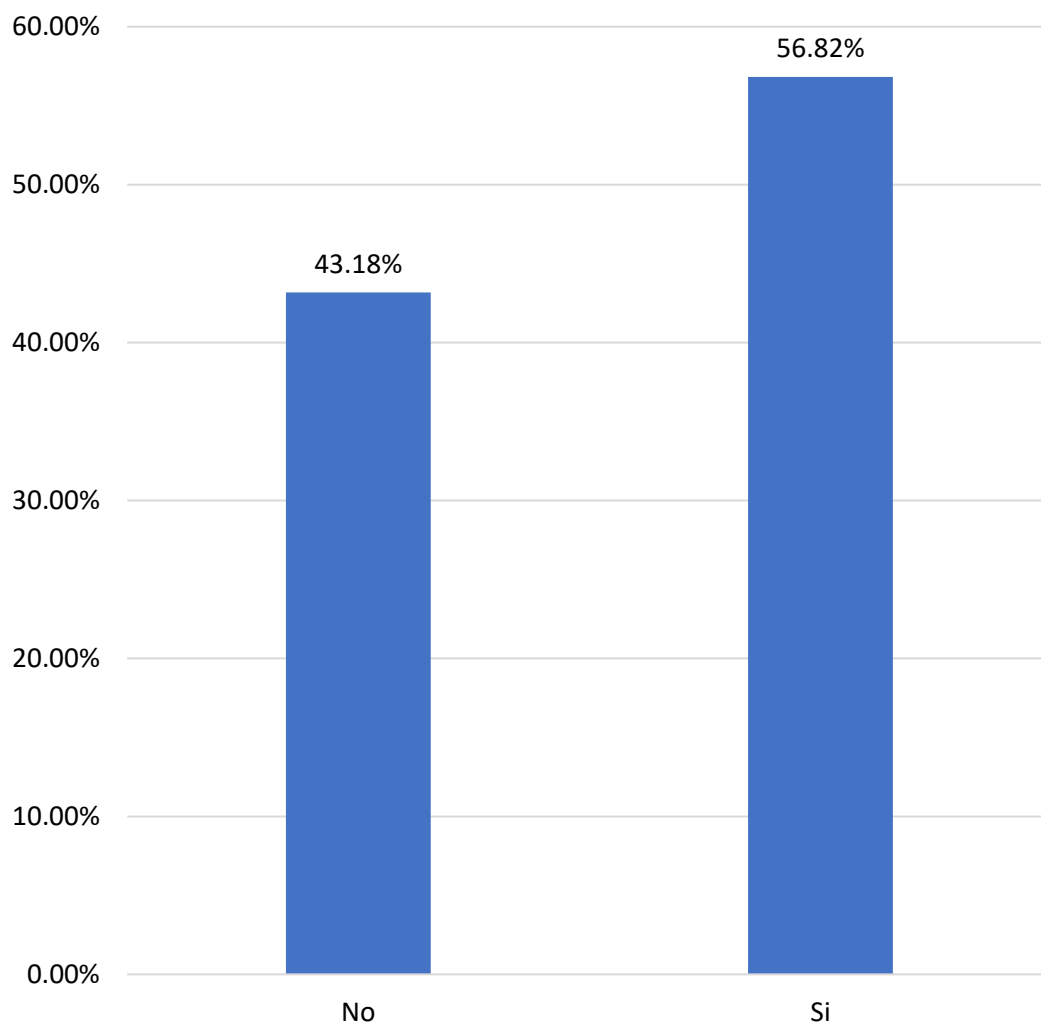
Interpretación

Según la figura 5, el arribo promedio mensual de visitantes, si bien existen datos oficiales del arribo mensual al atractivo ancla del distrito (C. A. de Sillustani), no se conocen los visitantes que hacen uso de los servicios y obtienen los productos de los emprendimientos. En el estudio se tomaron rangos que varían en 10 unidades para tener un promedio de los visitantes, los resultados obtenidos fueron que un 35.29% tuvo de 20 a 30 visitantes en el mes, 33.33% tuvo un promedio de entre 10 a 20 visitantes, un 19.61%

menos de 10 visitantes, 8.82% 30 a 40 visitantes y solo un 2.94% recibió más de 40 de visitantes en promedio al mes.

Figura 7

Condición de pago de préstamo crediticio en 2021 del emprendimiento turístico



Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

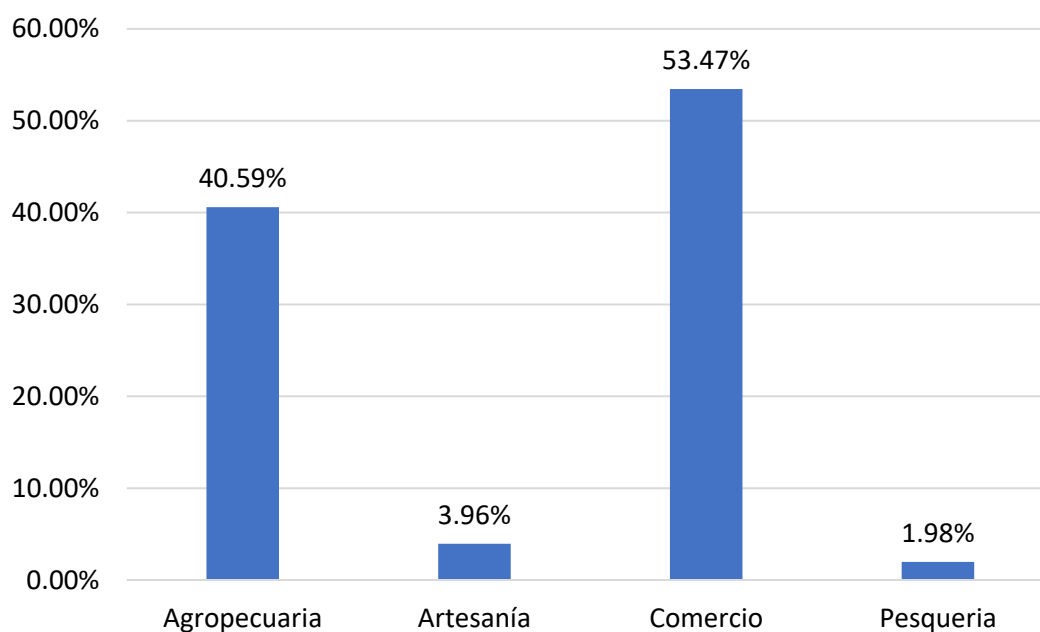
Interpretación

Según la figura 6, en relación a la condición de pago de préstamos crediticios en los emprendimientos turísticos, estos mejoraron con relación a los años anteriores, sin embargo, disminuyó el porcentaje de que tienen un financiamiento externo a un 12.45% del total de encuestados. El porcentaje de emprendimientos que cumplen con sus obligaciones de pago es del 56.82% y los que no pueden cumplirlos del 43.18%, esto

demuestra que ha habido una ligera recuperación en las actividades turísticas debido al levantamiento de restricciones de visita debido a la situación de emergencia sanitaria.

Figura 8

Porcentaje de actividades complementarias para afrontar efectos de la emergencia sanitaria en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla



Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

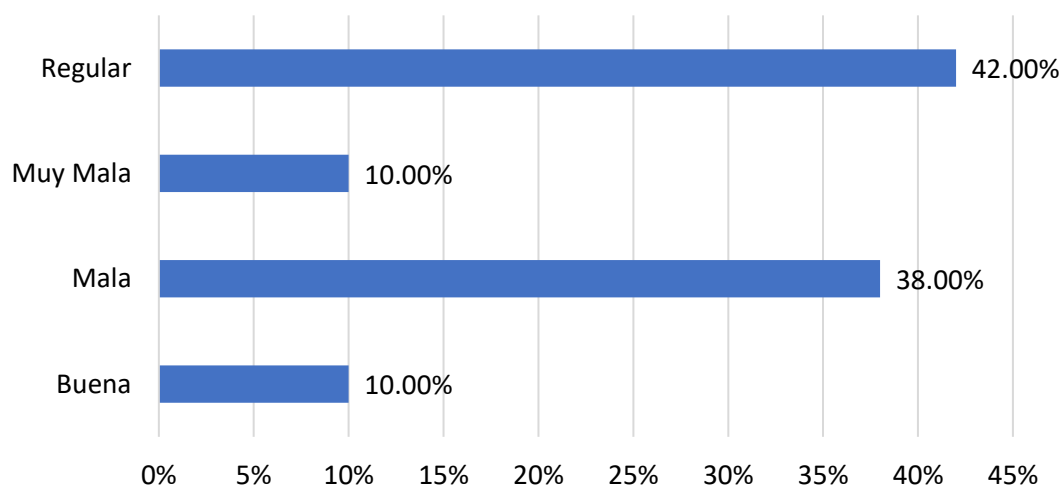
Interpretación

Según la figura 8, durante el periodo de emergencia sanitaria los emprendimientos tuvieron que cambiar de actividad económica para lograr ingresos que dejaron de percibir por la falta de afluencia de turistas, como se vio en el aspecto de actividades complementarias al emprendimiento turístico, la principal actividad fue la agropecuaria y el comercio. Para después de la emergencia sanitaria y ya con afluencia de visitantes, los emprendimientos recurren a actividades complementarias para afrontar los efectos de la pandemia, un 53.47% realiza a la vez actividades relacionadas con el comercio, el 40.59% realiza actividades agropecuarias, el 3.96% se dedica a la vez, a la elaboración de productos artesanales y el 1.98% a la actividad pesquera. Como se observa, se ha

incrementado el porcentaje de emprendedores que complementan la actividad turística con la actividad comercial y se ha reducido el porcentaje de emprendimientos que la complementan con la actividad agropecuaria.

Figura 9

Percepción de la calidad de vida de los emprendedores turísticos



Nota. Elaboración propia de acuerdo a datos de encuestas realizadas

Interpretación

Según la figura 9, con relación a la percepción de la calidad de vida de los emprendimientos, esta se incrementó con referencia a la percepción que se tenía en años anteriores durante la situación de emergencia, el 42.00% de los encuestados percibe de regular su calidad de vida, un 38.00% de mala y buena un 10.00%, al igual que los que tienen una percepción de muy mala. Como se observa los encuestados perciben que ha mejorado su calidad de vida en relación con los años de restricción sanitaria.

6.1.3. Estrategias para optimizar la economía de los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla frente a al COVID-19

Para alcanzar el tercer objetivo específico de la investigación, se han identificado estrategias que los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla están aplicando para recuperar su economía debido a la pandemia COVID-19. Se planteo y elaboro un plan de acción para la reactivación del turismo en el distrito de Atuncolla. En primer lugar, se realizó un análisis FODA para evaluar las condiciones externas e internas del distrito.

Tabla 6

Análisis FODA para el planteamiento de acciones estratégicas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento del complejo arqueológico de Sillustani como atractivo turístico • Fuerte organización de base comunitaria • Existencia de Asociaciones de turismo • Existencia de Asociaciones artesanales • Existencia de prestadores de servicios turísticos • Existencia de una cultura viva • Existencia de diversidad de recursos turísticos y potenciales turísticos • Existencia de servicios básicos (agua, luz, desagüe) 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficientes capacidades técnicas para la prestación de servicios turísticos • Deficiente capacidad comunicativa • Limitada oferta turística • Limitado acceso a servicios básicos • Limitada infraestructura turística en los recursos turísticos complementarios del distrito. • Inexistencia de una oficina de Turismo en la Municipalidad Distrital de Atuncolla • Limitada gestión turística local en el distrito • Escasa presencia de entidades bancarias y financieras en el distrito • Limitada conectividad en el complejo arqueológico de Sillustani y el las comunidades aledañas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de la estrategia Nacional Turismo Comunitario en el Distrito • Intervención de Plan Copesco Nacional con 2 proyectos de inversión • Atuncolla ha recibido el sello SAFE TRAVEL, lo cual lo acredita como un destino turístico seguro. • Flujo masivo de turistas extranjeros, nacionales y locales al complejo arqueológico de Sillustani 	<ul style="list-style-type: none"> • Inadecuado manejo de aguas residuales • Persistencia de la Pandemia Covid-19 • Conflictos sociales • Inestabilidad económica a consecuencia de la pandemia COVID-19 • Inestabilidad política en el gobierno central y Gobierno Regional de Puno • Limitada asignación presupuestal para el sector turismo

-
- Existencia de un plan de reactivación del turismo en el Perú al 2023
 - Existencia de fondos concursables para la reactivación del turismo en el distrito de Atuncolla
-

Nota. Elaboración propia

Identificación del plan estratégico para el desarrollo del turismo en el distrito de Atuncolla.

El diagnóstico situacional realizado en el distrito de Atuncolla, provincia de Puno, región de Puno, ha permitido identificar los factores internos y factores externos para el desarrollo de la presente investigación.

Matriz de evaluación de factores externos (mefe)

La evaluación de dichos factores, se realizó asignando a cada factor una ponderación de importancia, según el siguiente detalle 0.0 (nada importante) y 1.0 (muy importante).

Posteriormente, cada factor externo se calificó de acuerdo a que tan efectivos son para responder a las estrategias actuales de los emprendimientos en general, ante dicho factor, de la siguiente manera: 1 (respuesta deficiente) y 4 (respuesta superior). A continuación, se determinó una puntuación ponderada y la calificación total de las empresas puede estar entre 4.0 (respuesta excelente ante las oportunidades y amenazas) y 1.0 (respuesta pésima ante oportunidades y amenazas).

Para tal efecto, la matriz MEFE de turismo del distrito de Atuncolla adquirió un valor de 2.55, lo cual indica que la actividad turística tiene una respuesta PROMEDIO, frente a los factores externos que influyen positiva y negativamente en la actividad y, de esta manera, se identificó como oportunidades:

Oportunidad 1: Plan de reactivación del turismo al 2023 del MINCETUR en ejecución lo cual se debe alinear a una planificación estratégica adecuada, de manera



conjunta con las entidades directa e indirectamente relacionados de turismo para la reactivación del turismo en el distrito de Atuncolla.

Oportunidad 2: Fondos concursables del MINCETUR, PRODUCE, PROCOMPITE REGIONAL para la reactivación del turismo en ejecución, en los que pueden participar los prestadores de servicios turísticos, permitiendo su reactivación económica

Oportunidad 3: El distrito de Atuncolla ha recibido el sello SAFE TRAVEL, lo cual lo acredita como un destino turístico seguro.

Para la planificación de viajes y la búsqueda de información que ello implica, actualmente no viene siendo aprovechada de manera correcta y adecuada, ya que el distrito de Atuncolla, cuenta con posicionamiento a nivel regional, y los actuales medios de información como redes sociales y pagina web puede ayudar a captar mayor número de visitantes al distrito.

Oportunidad 4: Intervención de Plan Nacional con 2 proyectos de inversión pública. Oportunidad 5: Ejecución de la estrategia Nacional Turismo Comunitario en el Distrito de Atuncolla 6: Flujo masivo de turistas extranjeros, nacionales y locales que visitan el distrito de Atuncolla.

Respecto a las amenazas 1: Inadecuado manejo de aguas residuales, 2: Persistencia de la Pandemia Covid-19 la segunda Conflictos sociales, 3: Conflictos sociales, 4: Inestabilidad económica a consecuencia de la pandemia COVID-19, 5: Inestabilidad política en el gobierno central y Gobierno Regional de Puno, 6: Limitada asignación presupuestal para el sector turismo la tercera.

Estas amenazas nos dejan lecciones aprendidas, por lo que es una razón para fortalecer la oferta turística del destino que garantice su desarrollo competitivo y sostenible.

Tabla 7*Matriz de evaluación de Factores Externos Clave*

Factores Determinantes de Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Oportunidades			
1. Plan de reactivación del turismo al 2023 del MINCETUR en ejecución	0.09	3	0.27
2. Fondos concursables del MINCETUR, PRODUCE, PROCOMPITE REGIONAL para la reactivación del turismo en ejecución	0.1	4	0.4
3. El distrito de Atuncolla ha recibido el sello SAFE TRAVEL, lo cual lo acredita como un destino turístico seguro.	0.1	4	0.4
4. Intervención de Plan Copesco Nacional con 2 proyectos de inversión pública	0.07	4	0.28
5. Ejecución de la estrategia Nacional Turismo Comunitario en el Distrito de Atuncolla	0.08	3	0.24
6. Flujo masivo de turistas extranjeros, nacionales y locales que visitan el distrito de Atuncolla	0.09	4	0.36
Amenazas			
1. Inadecuado manejo de aguas residuales	0.08	1	0.08
2. Persistencia de la Pandemia Covid-19	0.08	1	0.08
3. Conflictos sociales	0.06	2	0.12
4. Inestabilidad económica a consecuencia de la pandemia COVID-19	0.08	1	0.08
5. Inestabilidad política en el gobierno central y Gobierno Regional de Puno	0.08	1	0.08
6. Limitada asignación presupuestal para el sector turismo	0.09	2	0.18
Total	1		2.57

Nota. Elaboración propia

Tabla 8*Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)*

Factores Determinantes de Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Fortalezas			
1. Posicionamiento del complejo arqueológico de Sillustani como atractivo turístico	0.13	4	0.52
2. Fuerte organización de base comunitaria, existencia de asociaciones de turismo, artesanía y prestadores de servicios turísticos	0.1	4	0.4
3. Diversidad de recursos turísticos y potenciales turísticos.	0.1	4	0.4
4. Servicio de transporte público de manera frecuente	0.07	3	0.21
5. Persistencia de su cultura viva	0.08	4	0.32
Debilidades			
1. Inexistencia de una oficina de Turismo en la Municipalidad Distrital de Atuncolla	0.1	1	0.1
2. Deficientes capacidades técnicas para la prestación de servicios turísticos	0.09	1	0.09
3. Limitada infraestructura turística en los recursos turísticos complementarios del distrito.	0.08	2	0.16
4. Limitado número de prestadores de servicios turísticos y artesanos formalizados	0.08	2	0.16
5. Limitada conectividad del complejo arqueológico de Sillustani con los recursos turísticos complementarios	0.07	1	0.07
6. Limitada gestión turística local en el distrito	0.1	1	0.1
Total	1		2.53

Nota. Elaboración propia



Propuesta de plan de acción

a) Alcance de la propuesta

El documento, presenta una propuesta de, considerando la delimitación geográfica del ámbito de estudio en el distrito de Atuncolla, considerando el alineamiento de las políticas públicas multinivel, en donde se plantea en una prospectiva de cinco años, y la conformación de una secretaria técnica que asume la responsabilidad para la ejecución de las acciones estratégicas propuestas.

b) Visión

Al 2026, el distrito de Atuncolla es un destino turístico reactivado, posicionado y reconocido a nivel nacional e internacional por su cultura y sus prácticas sostenibles, inclusivas y organizadas.

c) Misión

Somos un destino turístico seguro, con una oferta turística diversificada, organizada y planificada, que promueve la revaloración de nuestra cultura ancestral, forjando un turismo sostenible como fuente de desarrollo económico para nuestras comunidades, garantizando el desarrollo de las generaciones futuras.

d) Valores

- Perseverancia
- Igualdad de oportunidades
- Formalización
- Protección y preservación del patrimonio natural y cultural
- Inclusión social

e) Objetivo General

Posicionar al Distrito de Atuncolla como un destino turístico de experiencias basadas en su patrimonio natural y cultural.

f) Objetivos Específicos

- Desarrollar y fortalecer una oferta turística competitiva
- Lograr el posicionamiento del distrito de Atuncolla como un destino con prácticas sostenibles.
- Fomentar la competitividad del turismo en el distrito de manera articulada

Tabla 9

Estrategias para cada objetivo específico

	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATEGIAS
O.E.1.	Desarrollar y fortalecer una oferta turística competitiva	Fomentar el fortalecimiento de la oferta turística en los recursos turísticos con mayor demanda Fortalecer las capacidades de los prestadores de servicio turístico del distrito de Atuncolla
O.E.2.	Posicionar al distrito de Atuncolla como un destino con prácticas sostenibles	Promover la competitividad de la oferta artesanal de manera innovadora Fomentar las practica de acciones que permitan el desarrollo sostenible del distrito
O.E.3	Fomentar la competitividad del turismo en el distrito de manera articulada	Fomentar políticas públicas que promuevan la reactivación del turismo Articular acciones estratégicas multisectorial

Nota. Elaboración propia

Tabla 10

Etapas de la Reactivación del Turismo en el distrito de Atuncolla

Fase	Plan de Acción	Situación
<p>Fase Inicial: Diagnóstico y Organización interna</p>	<p>Los prestadores de servicios turísticos del distrito de Atuncolla están paralizados. Se atiende a los turistas previa reserva y guardando los protocolos de bioseguridad. La municipalidad hace un diagnóstico y evaluación interna para medir los impactos económicos generados por la pandemia Covid-19 La municipalidad elabora un plan de vigilancia y un plan para la reactivación del turismo en el distrito de Atuncolla</p>	<p>Sin actividad turística</p>
<p>Fase I Inicial</p>	<p>Reincorporación de actividades turísticas en el distrito de Atuncolla. Reactivación de restaurantes con el 35% al 50% del aforo en patios, lugares abiertos y con ventilación, con reuniones de hasta 8 personas, guardando los protocolos de bioseguridad, apertura de establecimientos de hospedaje, establecimientos comerciales y emprendimientos de turismo de manera gradual. El distrito de Atuncolla recibe el Sello Safe Travels, lo que lo acredita como un destino turístico seguro</p>	<p>Fase inicial de la reactivación turística en el distrito de Atuncolla, en la que se valora al sector turismo como fuente de desarrollo socioeconómico, lo que permite la generación de empleo a través del efecto multiplicador Los visitantes son apreciados. El turismo es reconocido como una actividad económica importante y generadora principal de ingresos en el distrito. El contacto entre visitantes y prestadores de servicios turísticos es más formal. Predominio de intereses comerciales.</p>
<p>Fase II Intermedia</p>	<p>Las actividades turísticas del distrito de Atuncolla reactivadas entre el 60% al 75%. Viajes interprovinciales, reuniones de hasta 15 personas en espacios ventilados de restaurantes, establecimientos de hospedaje, emprendimientos de turismo podrían abrir zonas comunes. Apertura del Complejo Arqueológico de Sillustani, centros artesanales, el templo San Andrés con la tercera parte de su aforo. Actividades al aire libre. Los prestadores de servicios turísticos del distrito de Atuncolla reciben el Sello <i>Safe Travels</i>.</p>	<p>Fase inicial de la reactivación turística en el distrito de Atuncolla, en la que se valora al sector turismo como fuente de desarrollo socioeconómico, lo que permite la generación de empleo a través del efecto multiplicador Los visitantes son apreciados. El turismo es reconocido como una actividad económica importante y generadora principal de ingresos en el distrito. El contacto entre visitantes y prestadores de servicios turísticos es más formal. Predominio de intereses comerciales.</p>



<p>Fase III Avanzada</p>	<p>Operatividad de las actividades turísticas en el distrito de Atuncolla al 100%, actividades comerciales en general con aforo al 100%, distancia mínima de 1 metro, atención en restaurantes con un aforo al 70% establecimientos de hospedaje, emprendimientos de turismo podrían abrir zonas comunes. Apertura del Complejo Arqueológico de Sillustani, centros artesanales, el templo San Andrés con 2/3 del aforo, guardando los protocolos de bioseguridad Actividades al aire libre</p>	<p>Los residentes se involucran en la buena atención al turista.</p>
<p>Fase IV Nueva Normalidad</p>	<p>Actividad normalizada, levantamiento de las recomendaciones sanitarias. El distrito recibe turistas extranjeros, nacionales y locales quienes buscan un turismo con prácticas sostenibles, en lugares abiertos, se reduce el índice del turismo masivo, lo que promueve la diversificación de la oferta turística y la consolidación de nuevos productos turísticos</p>	<p>Se desarrollan las operaciones turísticas, existe frecuencia en el arribo de visitantes</p>
<p>Fase V: Implementación, seguimiento y monitoreo</p>	<p>Implementar un programa para la medición de los aspectos y avances logrados para determinar de manera adecuada las acciones de corrección y prevención que permitan alcanzar las metas programadas.</p>	<p>Los prestadores de servicios turísticos están preparados para recibir turistas</p>

Nota. Elaboración propia

g) Metas y retos

- La reactivación del turismo interno y receptivo en un 100%
- Innovar y diversificar la oferta turística
- Incrementar el tiempo de permanencia en el distrito de Atuncolla
- Generar oportunidades que permitan el desarrollo económico del distrito de Atuncolla
- Fomentar el desarrollo de actividades turísticas con prácticas sostenibles
- Fortalecer la competitividad turística



6.2. Discusión de resultados

De los resultados obtenidos se logra intuir que existen efectos negativos en la economía de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla a causa de la pandemia COVID-19.

Los resultados de esta investigación coinciden con las conclusiones de los autores Quispe y Lupo (2021) en su estudio sobre el impacto económico de la pandemia en los emprendimientos turísticos de las islas flotantes de Los Uros. En ambos casos, se ha observado un impacto económico adverso y devastador en los emprendimientos turísticos debido al COVID-19, lo que ha afectado de manera significativa sus economías. Asimismo, se establece una relación con los resultados obtenidos por Bedón (2021) en su investigación en el distrito de Huacho durante el año 2021, donde se encontró una relación positiva y fuerte entre el impacto económico y los emprendimientos locales. Esto sugiere que, independientemente de la ubicación geográfica, los desafíos económicos causados por la pandemia han sido una constante en la industria turística. Además, los hallazgos se asemejan a los resultados de Calle y Yovera (2020) en su estudio sobre el impacto en el sector hotelero de Piura, donde se identificaron desafíos relacionados con la rentabilidad de los hoteles y el bienestar de sus colaboradores en el aspecto económico. Por último, las conclusiones de Núñez y Santillana (2021) en su investigación en la laguna Huacachina, Ica, también reflejan similitudes en términos de impacto económico, social y ambiental causado por la pandemia. Se observaron pérdidas económicas significativas, preocupaciones sociales como despidos y atención a la salud de los trabajadores, así como cuestiones ambientales relacionadas con la sostenibilidad.

En resumen, estos hallazgos respaldan la idea de que la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto generalizado y negativo en la economía y el funcionamiento de los



emprendimientos turísticos, independientemente de la ubicación geográfica. Esto subraya la necesidad de abordar estos desafíos a nivel nacional e internacional.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Para la ejecución del análisis inferencial fue necesaria la data e información de los instrumentos de recolección, para así sacar las conclusiones apropiadas, primero debemos comenzar con la prueba de las hipótesis planteadas para demostrar la conexión entre las variables hipotetizadas al comienzo de esta investigación, debido a que carecen de una secuencia jerárquica de análisis, las variables en este estudio de caso que utiliza un enfoque cualitativo son nominales. La prueba estadística del Chi-cuadrado, se aplica para encontrar los vínculos e incidencia entre variables.

Donde:

1. Si el resultado es " $p < 0,05$ " la hipótesis nula es rechazada y se afirma que existe relación demostrativa entre las variables x/y de estudio.
2. Si el resultado es " $p > 0,05$ " la hipótesis nula no es rechazada ya que la probabilidad de equivocarse sería muy elevada.

Tabla 11

Prueba de normalidad

PRUEBA DE NORMALIDAD

	S/Kolmogorov-Smirnov ^a			S/Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Pandemia Covid 19	,140	42	,001	,626	42	,011
Impacto Económico	,115	42	,018	,641	42	,043

a. Corrección significativa Lilliefors

Interpretando el cuadro anterior comentamos que se realizó la prueba de



normalidad de Kolmogorov-Smirnov (dado que el número de casos es superior a 40) para conocer si las variables son o no normales.

H₀: Por lo tanto, el resultado: “distribución normal”.

H_a: Por lo tanto, el resultado: “La distribución de los datos no es normal.”

- Por lo consiguiente decimos ya que el nivel de significancia para la variable independiente “Pandemia Covid 19” es inferior a 0,05 ($0,011 < 0,05$) por lo cual la variable de estudio infiere que es no paramétrica.
- Debido a que el nivel de significancia para la variable dependiente “Impacto Económico” es inferior a 0,05 ($,048 < 0,05$) por lo cual inferimos que la variable no es paramétrica.

PRUEBA DE HIPOTESIS

PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL

HG1: La pandemia de COVID – 19 ha paralizado la actividad turística en todos los niveles reduciendo los ingresos del turismo de Atuncolla en un 90%.

HG0: No existe relación significativa entre el impacto económico en la actividad turística ya que no es perjudicada por la pandemia de covid – 19 en un 90% los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla.

Tabla 12

Prueba de chi-cuadrado para la Hipótesis General

PRUEBAS DE CHI-CUADRADO

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi_cuadrado de Pearson	50,403a	35	,042
Razón de verosimilitud	44,435	35	,107
Asociación lineal / lineal	,051	1	,806
Número de casos válidos	42		

a. 42 casillas (100,0%) esperan un recuento inferior a 5.

b. Por lo cual el recuento mínimo que se espera es ,02.

Interpretación: “Ya que el nivel de significancia en relación a las variables de estudio es inferior a 0.05 ($0.042 < 0.05$) por lo cual nos muestra un resultado donde es rechazada la hipótesis nula y es aceptada la alternativa. El factor para la correlación de Chi-cuadrado señala la existencia de una relación que es significativa entre las variables pandemia COVID - 19 y el impacto económico, ya que es afectada por factores de actividades turísticas en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla ya que la actividad aportaba el 90% de sus ingresos totales.



CONCLUSIONES

- PRIMERA:** De los resultados obtenidos se logra concluir que existen efectos negativos en la economía de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla a causa de la pandemia COVID-19 complicándose cuando el aspecto social abarca estos problemas económicos, ya que el turismo a ser una actividad que tiene el efecto multiplicador, por ende, los ingresos que llegan al distrito generan otro tipo de inversiones y actividades relacionadas al turismo como el transporte, alimentación y la artesanía.
- SEGUNDA:** Los resultados obtenidos muestran que antes de la pandemia, a pesar de que la actividad turística no representaba la mayor parte de los ingresos, si era un factor importante de en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla y frente a la llegada del COVID-19 se expuso la debilidad de la industria turística del distrito frente a la crisis sanitarias y como impactó de gran manera a las economías de los emprendimientos que dependen de sus ingresos de la actividad turística, ingresos que eran más elevados que en la actualidad, una mayor capacidad de pago en el financiamiento y una mejor percepción de la calidad de vida, oportunidad de acceso a capacitación turística, ya que la situación actual detuvo el desarrollo económico y llevo el entorno económico a un pésimo estado, asimismo resulta un escenario idóneo para la reingeniería en todos los aspectos de los emprendedores al ponerlos en una situación adversa y ayudarlos a buscar nuevas fuentes de ingresos
- TERCERA:** El contexto económico que dejo la pandemia en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla fue un acontecimiento adverso, dejo a



los emprendedores en una crisis principalmente económica con una menor capacidad de pago en el financiamiento, una peor percepción de la calidad de vida, limitada oportunidad de acceso a capacitación turística, ya que la situación actual freno el desarrollo y llevo el contexto económico a un pésimo momento y los emprendimientos que emprendieron con la recuperación de la actividad turística teniendo que ajustarse a los cambios que exige el Estado como, brindar el servicio para grupos reducidos de personas, reducción de horarios de atención y mayor gasto en promoción del emprendimiento y del destino al cual, muchos de los emprendimientos dedicados a la actividad turística se vieron afectados en su calidad de vida de buena a regular o mala.

CUARTA: : Las acciones estrategias que se plantean en el destino ayudaran de forma decisiva a empezaban a la reactivación de turismo local y posicionamiento del destino en la etapa postpandemia realizando nuevas actividades, diversificando los productos y servicios que antes no se comercializaban o mejorar otros de los que ya se realizaban para así motivar a visitar al distrito, considerando los aspectos favorables, oportunidades, así como, los desfavorables y amenazas que existen en el distrito y el ámbito turístico externo, generando nuevas ideas para mejorar el turismo con nuevas ideas y planteamientos estratégicos que generaran un efecto positivo en los emprendimientos turísticos.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** El tiempo y las condiciones futuras, debido a que la globalización contribuye al surgimiento y expansión de nuevos brotes de enfermedades, por lo que es importante que el protocolo sea permanente y de Es claro que la industria del turismo aún no está lista para enfrentar las consecuencias del cierre durante la pandemia de Covid-19 y se deben tomar medidas para aplicar protocolos de bioseguridad a los viajes y todo el turismo en futuras emergencias. las medidas deben ser continuadas y actualizadas según acuerdo a las condiciones más favorables debe ser a nivel nacional, regional y niveles locales, para prepararse para la fase postpandemia.
- SEGUNDA:** El sector turismo tiene una de las más bajas cifras en inversiones públicas en la región Puno, generando que con esto, ayudando con esto a que emprendimientos turísticos, pymes y mypes, disminuyan sus ingresos económicos, decremento de la calidad de vida, aumente la desigualdad de las personas en el distrito, y para iniciar con una actividad económica adecuada, las asociaciones de turismo, las instituciones y los gobiernos deben formular y adecuar nuevas políticas encaminadas a reducir la informalidad, formular políticas acordes a la actualidad y referirse al apoyo técnico - profesional, empresarios para promover la recuperación económica, pública y privada. inversiones. y promover el turismo arqueológico y cultural.
- TERCERO:** La situación actual es motivo de gran preocupación a medida que la economía turística de la región comienza a recuperarse, ya que el turismo impulsado por el sector público y privado no solo es una importante



fuentes de ingresos, sino que también tiene el potencial de convertirse en una herramienta de desarrollo y se debe encaminar hacia las nuevas tendencias que se están generando a causa de la actual situación que indica que, a corto plazo, el turismo será impulsado por los destinos locales y los viajes periféricos, con el rápido crecimiento de la naturaleza y los viajes de aventura, lo que enfatiza que los consumidores enfatizan cada vez más la sostenibilidad, y la tecnología seguirá desempeñando un papel cada vez más importante en los viajes a largo plazo. viajes a término.

CUARTA: La principal medida impulsada actualmente por el gobierno es el plan de recuperación económica, que se divide en cuatro fases principales y contempla la recuperación de industrias locales clave; se pueden reactivar creando protocolos sanitarios y los gobiernos locales y regionales deben ser las entidades encargadas de liderar este proceso y la aplicación de estos planes, ya que deben ocuparse de las empresas de la industria turística dejando una impresión agradable en la región y, por lo tanto, brindan suficiente seguridad a los turistas..



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, S. (01 de abril de 2022). *Cursos femxa*. Obtenido de ¿Qué son los productos turísticos?: <https://www.cursosfemxa.es/blog/productos-turisticos>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- Cerda, A., & García, L. (2021). Pandemic, tourism, and research. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 2-11.
- Cetys. (enero de 2021). Obtenido de ¿Qué es un proceso de producción empresarial?: <https://www.cetys.mx/educon/que-es-un-proceso-de-produccion-empresarial/#:~:text=En%20una%20empresa%2C%20se%20denomina,producto%20destinado%20a%20la%20venta>.
- Codespa. (septiembre de 2012). Obtenido de Turismo comunitario, una herramienta con potencial para reducir la pobreza: <https://www.codespa.org/blog/2012/09/27/turismo-comunitario-una-herramienta-con-potencial-para-reducir-la-pobreza/>
- Córdoba, J. (2020). *Análisis de la planta turística, oferta alojamiento del cantón Saquisilí*. Latacunga, Ecuador: [Tesis de Bachiller, Universidad Nacional de Tocopaxi].
- Delgado, C. (febrero de 2021). *Aecr*. Obtenido de El impacto del COVID-19 en el sector Turístico: <https://aecr.org/es/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-sector-turistico/>
- Deloitte. (s.f). *El impacto económico del COVID-19* . Obtenido de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/impacto-economico-del-COVID-19.html>
- Di Bella, M. G. (1991). *Introducción al turismo*. Mexico: Trillas.
- Entorno Turístico. (agosto de 2022). Obtenido de ¿Qué es el ecoturismo?: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-ecoturismo/>
- ESAN. (27 de Enero de 2017). *Conexionesan*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2019, de <https://www.esan.edu.pe/conexion/bloggers/hablando-de->

servicios/2017/01/un-fondo-para-impulsar-el-emprendimiento-turistico/

- Fontano, F. (junio de 2019). *viajeros en ruta*. Obtenido de ¿Qué es emprendimiento turístico?: <https://www.viajerosenruta.com/emprendedores-turisticos-y-pymes/#:~:text=El%20emprendimiento%20tur%C3%ADstico%20no%20es,las%20personas%20durante%20sus%20vacaciones>.
- Gallo, J. (mayo de 2023). *Prezi*. Obtenido de Emprendimientos comunitarios: <https://prezi.com/p/-edibshv5jtx/emprendimientos-comunitarios/>
- García, C. (mayo de 2023). *Donsabores*. Obtenido de Descubre qué es un emprendimiento turístico y cómo puedes empezar el tuyo: <https://donsabores.com/descubre-que-es-un-emprendimiento-turistico-y-como-puedes-empezar-el-tuyo>
- Gil, S. (julio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Empleo: <https://economipedia.com/definiciones/empleo.html>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación Vol 4*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Compendio Estadístico 2020 - Puno*. Lima: INEI. Recuperado el 12 de diciembre de 2020
- Martínez, M. (junio de 2023). *IEBS*. Obtenido de Los emprendimientos artesanales se abren paso y se convierten en una gran oportunidad: <https://www.iebschool.com/blog/negocios-artesanales-marketing-estrategico/#:~:text=Un%20negocio%20artesanal%20o%20emprendimiento,utilizando%20habilidades%20y%20t%C3%A9cnicas%20tradicionales>.
- Mincetur . (2020). *Perú: Compendio de cifras de turismo*. Dirección General de Investigación y estudios sobre Turismo y Artesanía. Lima, Perú: Mincetur.
- Mincetur. (2019). *Estrategia de turismo comunitario*. Lima, Perú: Dirección General de Estrategia Turística.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (12 de enero de 2022). *Trasparencia Económica*. Obtenido de Consulta de seguimiento de proyectos de inversión:



- https://apps5.mineco.gob.pe/bingos/seguimiento_pi/Navegador/default.aspx
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (1997). *Introducción al turismo*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo*. México: Trillas.
- PCM . (25 de Setiembre de 2020). *Portal del Estado Peruano*, 1. Recuperado el 2 de Diciembre de 2021, de Portal del Estado Peruano: <https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/304699-vuelos-internacionales-se-iniciaran-el-5-de-octubre-bajo-estrictas-medidas-sanitarias>
- Pico, J. (1997). *Teorías sobre el estado del bienestar*. Madrid, España: Siglo Veintiuno Editores, 1987. doi:8432305901, 9788432305900
- Quevedo, J., Pinzon, L., Vasquez, L., & Quevedo, M. (2020). *Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador*. Ecuador: Revista Científica Las Ciencias.
- Quispe, T., & Lupo, J. (2021). *Impacto economico del covid-19 en los emprendimientos turisticos de las islas flotantes de los Uros 2020*. Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Turismo. Puno: UNA. Recuperado el 28 de febrero de 2022
- Roldán, P. (mayo de 2018). *Economipedia*. Obtenido de Distribución de la renta: <https://economipedia.com/definiciones/distribucion-de-la-renta.html>
- Santamaría, E., & Bayas, F. (febrero de 2018). Efecto Económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua, Ecuador. *Ciencias Administrativas*, 15-25 Recuperado en 28 de junio de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2314-37382018000200015&lng=es&tlng=es.
- Superintendencia Nacional de Migraciones. (2021). *Memoria 2020*. (U. d. Comunicacion, Ed.) Lima, Perú: Publicaciones Migraciones. Recuperado el 5 de Enero de 2021, de <https://www.gob.pe/institucion/migraciones/informes->



publicaciones/2188118-memoria-migraciones-2020

UNWTO Organización Mundial del Turismo. (2020). *Informe de políticas: La covid -19y la tranformacion del turismo*. Nueva York, Estados Unidos: ONU Organizacion de las Naciones Unidas.



ANEXOS



ANEXO A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA, 2021

PREGUNTAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
Pregunta General: ¿Cuál es el impacto económico generado por la pandemia COVID-19 en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla?	Objetivo General: Conocer el impacto económico genero la pandemia COVID-19 en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla.	Hipótesis General: La pandemia COVID-19 paralizó el turismo en todos sus niveles ocasionando que los ingresos de los emprendimientos turísticos decrecieran en un 90%.	Variable 1 Impacto económico del Covid-19 DIMENSIÓN: Producción INDICADORES: <ul style="list-style-type: none"> Porcentaje dedicado a la actividad turística 	Enfoque: Cuantitativo Método: Deductivo
Preguntas Específicas	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		



<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál fue el impacto económico antes de la pandemia en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla? • ¿Cuál es el impacto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla? • ¿se propone estrategias los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla para mejorar su economía debido a la pandemia COVID-19? 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el impacto económico antes de la pandemia en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla • Determinar el impacto económico actual de los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla, • Proponer las estrategias que los emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla están desarrollando para mejorar su economía debido a la pandemia COVID-19. 	<ul style="list-style-type: none"> • La situación económica antes de la pandemia era favorable en los emprendimientos turísticos del distrito de Atuncolla ya que la actividad turística aportaba el 90% de sus ingresos totales. • La situación económica actual de los emprendimientos turísticos de Atuncolla es precaria debido a las pérdidas ocasionadas por la paralización nacional e internacional. • La reinención de los productos ayuda a mejorar la economía de los emprendimientos turísticos de Atuncolla. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso promedio mensual • Promedio de turistas atendidos <p>DIMENSIÓN: Empleo</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas dependientes del emprendimiento • Percepción de calidad de vida <p>DIMENSIÓN: Distribución de la Renta</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gasto mensual promedio • Prestamos crediticios <p>Variable. 2</p> <p>Emprendimientos turísticos</p> <p>DIMENSIÓN: Emprendimiento artesanal</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprendimientos <p>DIMENSIÓN: Emprendimiento comunitario</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo • Bolsa de trabajo 	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Básico</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Población:</p> <p>Emprendedores turísticos del distrito de Atuncolla</p> <p>Muestra:</p>
---	---	--	---	---



			<p>DIMENSIÓN: Emprendimiento de servicios turísticos</p> <p>INDICADORES:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ingresos• Ventas	<p>102 emprendedores</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>
--	--	--	--	--

Nota. Elaboración propia



ANEXO B. MATRIZ DE DATOS

	Porcentaje de actividad que aporta al ingreso familiar mensual total.					Ingreso mensual promedio del 2017 al 2019:			¿Cuántas personas dependían de su emprendimiento durante los años 2017, 2018 y 2019?		
	Agropecuaria	Artesanía	Turismo	Comercio	Otros	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
2	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
3	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
4	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
5	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
6	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
7	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
8	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
9	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
10	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
11	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
12	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
13	0 – 20%	0 – 20%	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
14	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
15	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
16	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
17	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas



18	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
19	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
20	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
21	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
22	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
23	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
24	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
25	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
26	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
27	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
28	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
29	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
30	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
31	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
32	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
33	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	De 500 a 1000	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
34	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 500 a 1000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
35	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
36	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
37	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas



38	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
39	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
40	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
41	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
42	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 2000 a 5000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
43	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
44	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 2000 a 5000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
45	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
46	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
47	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
48	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
49	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
50	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
51	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
52	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
53	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	1-5 personas
54	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
55	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
56	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
57	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas



58	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
59	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
60	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
61	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	Menos de 500	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
62	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
63	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
64	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
65	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
66	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
67	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
68	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	80 – 100%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
69	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
70	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
71	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
72	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
73	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
74	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	5-10 personas
75	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
76	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
77	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 2000 a 5000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas



78	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
79	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 2000 a 5000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
80	20 – 40%	40 – 60%	20 – 40%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
81	0 – 20%	0 – 20%	20 – 40%	60 – 80%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
82	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	De 2000 a 5000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
83	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
84	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
85	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
86	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
87	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	De 2000 a 5000	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
88	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
89	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 2000 a 5000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
90	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
91	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
92	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
93	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
94	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
95	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
96	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	1-5 personas	5-10 personas
97	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas



98	20 – 40%	20 – 40%	0 – 20%	40 – 60%	0 – 20%	De 500 a 1000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
99	40 – 60%	40 – 60%	0 – 20%	20 – 40%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
100	0 – 20%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 2000 a 5000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
101	60 – 80%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas
102	40 – 60%	60 – 80%	0 – 20%	0 – 20%	0 – 20%	De 1000 a 2000	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas

Si tiene un préstamo crediticio, ¿Pudo pagar sus cuotas mensuales durante los años 2017, 2018 y 2019? En caso de respuesta negativa, especifique por qué.			Cómo describiría su calidad de Vida en los años 2017, 2018 y 2019:			Detalle su ingreso mensual promedio del 2021	¿Cuánto fue su gasto mensual de los últimos 3 meses?	¿Cuántas personas dependen de su emprendimiento actualmente?	¿Cuántos turistas recibieron en promedio mensualmente este año?	Si tiene un préstamo crediticio, ¿Pudo pagar sus cuotas mensuales durante los últimos 3 meses? ¿En caso de respuesta negativa, especifique por qué	¿Qué Actividades desarrollaron para afrontar los efectos de la pandemia	Cómo describiría su calidad de vida actual
2019	2020	2021	2019	2020	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
Si	Si	No	Regular	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	No	Comercio	Regular
Si	Si	No	Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Artesanía	Mala
Si	Si	No	Regular	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Agropecuaria	Regular
Si	Si	No	Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10		Comercio	Regular
	Si	No	Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10		Agropecuaria	Mala
	Si	No	Regular	Regular	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	menos de 10		Agropecuaria	Regular



	Si	No	Buena	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10		Comercio	Buena
	No	Si	Regular	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	menos de 10		Comercio	Regular
	Si	No	Buena	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Regular
	No	No	Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Mala
	Si	Si	Regular	Regular	Muy Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	menos de 10		Agropecuaria	Regular
	No	No	Regular	Mala	Muy Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	10 - 20		Agropecuaria	Buena
		No	Buena	Regular	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Regular
			Regular	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Regular
			Mala	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20	No	Agropecuaria	Mala
			Regular	Muy Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	menos de 10	No	Comercio	Regular
			Buena	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Mala
			Regular	Muy Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Mala
	Si	No	Buena	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	#N/D		Agropecuaria	Mala
	Si	Si	Mala	Regular	Buena	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Mala
	Si	No	Regular	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	menos de 10		Agropecuaria	Mala
	Si	Si	Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	menos de 10		Agropecuaria	Regular
	No	No	Mala	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Pesquería	Mala
	Si	Si	Regular	Muy Mala	Buena	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	10 - 20		Agropecuaria	Muy Mala
	No	No	Buena	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	No	Comercio	Mala
	No		Regular	Regular	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20	No	Agropecuaria	Regular



	No		Mala	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30	Si	Agropecuaria	Buena
	No		Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20	Si	Pesquería	Regular
	No		Buena	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20	Si	Agropecuaria	Mala
	No		Mala	Muy Mala	Regular	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30	Si	Comercio	Regular
			Mala	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	20 - 30	Si	Comercio	Mala
			Mala	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	más de 40	No	Agropecuaria	Regular
			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	30 - 40	No	Artesanía	Muy Mala
			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30	No	Comercio	Mala
			Mala	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	más de 40	Si	Agropecuaria	
			Regular	Muy Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	20 - 30	No	Comercio	Buena
			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Regular
			Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Mala
Si			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	20 - 30		Agropecuaria	Muy Mala
Si			Regular	Regular	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	más de 40		Agropecuaria	Mala
Si			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Regular
Si			Regular	Mala	Regular	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Mala
Si			Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Muy Mala
Si			Regular	Regular	Regular	Menos de 500	De 1000 a 2000	5-10 personas	10 - 20		Comercio	Mala
Si			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Regular
Si			Mala	Mala	Regular	De 500 a 1000	De 1000 a 2000	1-5 personas	30 - 40		Agropecuaria	Buena



Si			Regular	Mala	Mala	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30			Mala
Si			Mala	Mala	Regular	De 500 a 1000	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Muy Mala
No			Regular	Muy Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Mala
Si			Mala	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Regular
Si			Regular	Muy Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	30 - 40		Comercio	Mala
			Buena	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	30 - 40		Comercio	Muy Mala
			Regular	Muy Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	30 - 40	No	Comercio	Mala
			Mala	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	30 - 40	No	Comercio	Muy Mala
			Mala	Muy Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	20 - 30	No	Comercio	Muy Mala
			Mala	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Mala
			Mala	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Agropecuaria	Regular
			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	20 - 30		Agropecuaria	Mala
			Mala	Muy Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Muy Mala
			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Mala
			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	30 - 40		Comercio	Mala
			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	30 - 40		Agropecuaria	Mala
			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Mala
			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	20 - 30		Agropecuaria	Regular
			Regular	Muy Mala	Regular	Menos de 500	De 1000 a 2000	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Regular
			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Buena



No			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 1000 a 2000	1-5 personas	10 - 20	Si	Comercio	Regular
No			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20	Si	Comercio	Regular
No			Regular	Mala	Muy Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20	No	Comercio	Mala
No			Buena	Muy Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	20 - 30	Si	Comercio	Regular
No			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	De 1000 a 2000	1-5 personas	10 - 20	Si	Agropecuaria	Regular
No			Mala	Regular	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20	Si	Comercio	Buena
No			Regular	Mala	Muy Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Comercio	Regular
No			Buena	Mala	Muy Mala	Menos de 500	De 1000 a 2000	1-5 personas	menos de 10	Si	Comercio	
No			Regular	Mala	Muy Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Comercio	Mala
No			Mala	Regular	Muy Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Agropecuaria	Regular
No			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 1000 a 2000	5-10 personas	menos de 10	Si	Comercio	Buena
No			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Comercio	Regular
No			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	menos de 10	Si	Comercio	Mala
Si			Regular	Mala	Regular	Menos de 500	De 1000 a 2000	1-5 personas	10 - 20	Si	Comercio	Regular
Si			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30	No	Comercio	Mala
Si			Regular	Buena	Mala	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	10 - 20	Si	Comercio	Regular
Si			Regular	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20	No	Agropecuaria	Regular
Si			Regular	Muy Mala	Mala	Menos de 500	De 1000 a 2000	1-5 personas	20 - 30	Si	Comercio	Regular
Si			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	30 - 40	Si	Artesanía	Regular
Si			Regular	Buena	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30	No	Comercio	Regular



			Mala	Buena	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30	Si	Artesanía	Mala
			Regular	Buena	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30	No	Comercio	Regular
			Regular	Buena	Mala	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	20 - 30		Comercio	Regular
			Regular	Buena	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Buena
			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Muy Mala
			Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Agropecuaria	Mala
			Buena	Regular	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Regular
			Buena	Buena	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Mala
Si			Buena	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Regular
Si	No	No	Buena	Mala	Mala	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Mala
Si	No	No	Buena	Mala	Regular	Menos de 500	De 500 a 1000	1-5 personas	20 - 30		Comercio	Regular
Si	No	No	Buena	Mala	Buena	Menos de 500	De 500 a 1000	5-10 personas	10 - 20		Comercio	Mala
Si	No	No	Buena	Mala	Regular	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	10 - 20		Comercio	Regular
Si	No	No	Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	10 - 20		Comercio	Mala
Si	No	No	Buena	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	1-5 personas	20 - 30	No	Comercio	Regular
Si	No	No	Regular	Mala	Mala	Menos de 500	Menos de 500	5-10 personas	20 - 30	No	Comercio	Buena

ANEXO C. INSTRUMENTO

ENCUESTA IMPACTO ECONÓMICO DEL COVID-19 EN EL DISTRITO DE ATUNCOLLA					
Los emprendedores turísticos de Atuncolla fueron uno de los tantos afectados por la pandemia del nuevo coronavirus, le agradecemos por colaborar con información de gran valor que usted posee.					
Edad:.....Estado Civil:.....Número de Hijos:.....					
Nombre de su emprendimiento:.....					
Número de Personas que laboran en el emprendimiento:.....					
Marque las Actividades Económicas que usted y su familia desarrollan y que porcentaje representa en el ingreso total mensual del hogar:					
Actividad Económica:	Porcentaje que aporta al ingreso familiar mensual total.				
Turismo.	0 – 20%	20 – 40%	40 – 60%	60 – 80%	80 – 100%
Agropecuaria	0 – 20%	20 – 40%	40 – 60%	60 – 80%	80 – 100%
Artesanía.	0 – 20%	20 – 40%	40 – 60%	60 – 80%	80 – 100%
Comercio.	0 – 20%	20 – 40%	40 – 60%	60 – 80%	80 – 100%
Otros/Especifique:	0 – 20%	20 – 40%	40 – 60%	60 – 80%	80 – 100%
Situación Económica antes de la Pandemia:					
Detalle su ingreso mensual promedio del 2017 al 2019:					
Ingreso Mensual Promedio:	2019	2020	2021		
	500 – 1000 s/.	500 – 1000 s/.	500 – 1000 s/.		
	1000 – 2000 s/.	1000 – 2000 s/.	1000 – 2000 s/.		
	2000 – 5000 s/.	2000 – 5000 s/.	2000 – 5000 s/.		
	5000 – 10000 s/.	5000 – 10000 s/.	5000 – 10000 s/.		
	Más de 10000 s/.	Más de 10000 s/.	Más de 10000 s/.		
¿Cuántas personas dependían de su emprendimiento durante los años 2017, 2018 y 2019?					
Personas dependientes del Emprendimiento:	2019	2020	2021		
	1-5 personas	1-5 personas	1-5 personas		
	5-10 personas	5-10 personas	5-10 personas		
	10-20 personas	10-20 personas	10-20 personas		
	20-25 personas	20-25 personas	20-25 personas		
	25-30 personas	25-30 personas	25-30 personas		
¿Cuánto fue su gasto mensual promedio del 2017 al 2019?					



Gasto Mensual Promedio	2019	2020	2021		
	500 – 1000 s/.	500 – 1000 s/.	500 – 1000 s/.		
	1000 – 2000 s/.	1000 – 2000 s/.	1000 – 2000 s/.		
	2000 – 5000 s/.	2000 – 5000 s/.	2000 – 5000 s/.		
	5000 – 10000 s/.	5000 – 10000 s/.	5000 – 10000 s/.		
	Más de 10000 s/.	Más de 10000 s/.	Más de 10000 s/.		
¿Cuántos turistas recibían al mes en promedio del 2017 al 2019?					
Visitantes promedio por mes:	2019	2020	2021		
	100 – 500	100 – 500	100 – 500		
	500 – 1000	500 – 1000	500 – 1000		
	1000 – 2000	1000 – 2000	1000 – 2000		
	2000 – 5000	2000 – 5000	2000 – 5000		
	5000 – 10000	5000 – 10000	5000 – 10000		
Si tiene un préstamo crediticio, ¿Pudo pagar sus cuotas mensuales durante los años 2017, 2018 y 2019? En caso de respuesta negativa, especifique por qué.					
Pago puntual de cuotas crediticias:	2019	2020	2021		
	Si	Si	Si		
	No	No	No		
Porque:					
Cómo describiría su calidad de Vida en los años 2019, 2020 y 2021:					
2017	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
2018	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
2019	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
Situación Económica Actual					
Detalle su ingreso mensual promedio del 2020					
Ingreso Mensual:			2020		
			500 – 1000 s/.		
			1000 – 2000 s/.		
			2000 – 5000 s/.		
			5000 – 10000 s/.		
			Más de 10000 s/.		
¿Cuántas personas dependen de su emprendimiento actualmente?					
Personas dependientes del Emprendimiento:	2020				
	1-5 personas				
	5-10 personas				
	10-20 personas				
	20-25 personas				



	25-30 personas			
¿Cuánto fue su gasto mensual de los últimos 3 meses?				
Gasto Mensual:	2020			
	500 – 1000 s/.			
	1000 – 2000 s/.			
	2000 – 5000 s/.			
	5000 – 10000 s/.			
	Más de 10000 s/.			
¿Cuántos turistas recibieron en promedio mensualmente este año?				
Visitantes por mes:	2020			
	100 – 500			
	500 – 1000			
	1000 – 2000			
	2000 – 5000			
	5000 – 10000			
Si tiene un préstamo crediticio, ¿Pudo pagar sus cuotas mensuales durante los últimos 3 meses? ¿En caso de respuesta negativa, especifique por qué?				
Pago puntual de cuotas crediticias:	2020			
	Si			
	No			
Porque:				
Cómo describiría su calidad de vida actual				
Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Muy Buena
Estrategias para mejorar su Economía durante el confinamiento:				
¿Qué Actividades desarrollaron para afrontar los efectos de la pandemia?				
Comercio				
Artesanía				
Textilería				
Otros:				



ANEXO 3

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELETERÍA Y GASTRONOMÍA

TÍTULO DE TESIS: IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLCA, 2021

I. REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: JHON ALEX QUISPE MEJIA
- PROFESIÓN : INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- CARGO ACTUAL: DOCENTE
- GRADO ACADÉMICO: MAESTER

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5

III. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha: JULIACA, 15-20/03/2022

Firma del experto
 DNI N°
 N° celular: 981 900 062

Anexo d. Evidencias de recojo de datos









ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 30-07-2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: ENGRACIA HUANCA CHURA

Dirección: JR. 9 DE OCTUBRE N°169

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 43609430

Teléfono: 946869808 email: huancaaries@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Título o Grado Académico a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Asesor: Dra. YENNY ROSARIO ACERO APAZA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: _____

IMPACTO ECONÓMICO DE LA PANDEMIA COVID-19 EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE ATUNCOLLA. 2021

Palabras claves, (3 a 5 términos): Covid-19, Emprendimiento, Impacto Económico, Turismo

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: Organización y Dirección de Empresas (5311- UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

30-07-2024

Fecha

