



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Factores determinantes de la Calidad de Vida de los Comerciantes de la ciudad
de Otuzco como destino turístico al 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

AUTORA

Gonzales Lázaro, Elizabeth

ASESORA

Dra. Calvanapon Alva, Flor Alicia

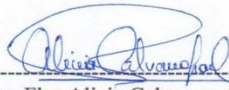
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Finanzas

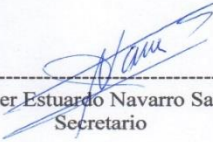
TRUJILLO - PERÚ

2018

Jurado evaluador



Dra. Flor Alicia Calvanapon Alva
Presidenta



Mg. Javier Estuardo Navarro Santander
Secretario



Mg. Guillermo Paris Arias Pereyra
Vocal

Dedicatoria

A Dios por haberme ayudado y brindado todo lo necesario para llegar a este momento de mi vida, gracias a Él soy lo que soy y todo se lo debo a Él.

A mis padres Pedro Gonzales Flores y Nila Violeta Lázaro Montoya, por sus oraciones y sabios consejos que han hecho que me conduzca por el camino del bien. Esto es para ti ya que no solo es un logro para mí, si no para ti por tu constante ayuda, siendo mi mayor motivo para seguir adelante.

A mis hermanos, ya que es esta etapa obtuve su apoyo incondicional.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a ese Ser Supremo, Dios, que estuvo conmigo en esta y todas las etapas de mi vida, por haberme concedido todas las facilidades para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mamá Nila Violeta Lázaro Montoya, por su amor y apoyo incondicional brindado, gracias por esos consejos.

A mis hermanos por el apoyo brindado para culminar esta etapa de mi vida.

A todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en esta etapa de mi vida universitaria.

Gracias a todos ellos, pues forman parte de este logro.

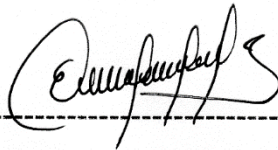
Declaratoria de autenticidad

Yo Gonzales Lázaro Elizabeth DNI N° 47782193, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, noviembre del 2018.



ELIZABETH GONZALES LAZARO

DNI N° 47782193

Presentación

Señores miembros del jurado, expongo ante ustedes mi tesis, denominada Factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como sitio turístico al 2018, en cumplimiento del grado y títulos de la Universidad Cesar Vallejo para conseguir el título profesional de Contador Público.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

La autora

Índice

Contenido

Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
INTRODUCCION	25
1.1 Realidad problemática.....	2
1.2 Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	4
1.3.1. Calidad de vida.	4
1.3.3. Beneficios y costos derivados del turismo.	16
1.4 Formulación del problema	19
1.5 Justificación del Estudio	19
2.6 Hipótesis.....	20
2.7 Objetivos	20
2.7.1 Objetivo General.	20
2.7.2 Objetivos Específicos.	20
MÉTODO	21
2.1 Diseño de investigación.....	25
2.2 Variables, operacionalización	25
2.3 Población y muestra	27
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
3.4.1 Validez	28
2.5 Métodos de análisis de datos	28
2.6 Aspectos éticos.....	28
RESULTADOS	29
IV DISCUSION	40
V. CONCLUSIONES	46
VI. RECOMENDACIONES	48
VII. PROPUESTA	50
VIII. REFERENCIAS	53
ANEXOS	56

Resumen

La presente investigación se realizó con el objetivo de identificar los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco al 2018. Esta investigación es descriptiva, no experimental de corte transversal, se aplicó una encuesta dirigida a los comerciantes de la ciudad de Otuzco, con una muestra de 229 comerciantes. Concluyendo que los factores sociales: los ingresos en un 41.50 % muestran que sus ingresos mantienen ingresos de 1000.00 a 2000.00 soles, los empleos en las cuales sobresalen las bodegas y venta de pan, la vivienda el 52.80 % cuentan de 1 a 3 personas con 2 habitaciones destinadas como dormitorio, estado de salud y la educación el 77.30 % de los comerciantes indican que han sido beneficiados por los ingresos obtenidos por el turismo en la educación familiar.

los factores psicológicos y ecológicos a pesar de tener un impacto negativo en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco, no tienen mayor influencia en el impacto de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Palabra clave: Calidad de vida, turismo.

Abstract

The present investigation was carried out with the objective of identifying the determinants of the quality of life of the merchants of the city of Otuzco in 2018. This investigation is descriptive, not experimental of cross-section, a survey was applied to the merchants of the city of Otuzco. city of Otuzco, with a sample of 229 merchants. Concluding that the social factors: the income in 41.50% show that their income maintains income from 1000.00 to 2000.00 soles, the jobs in which the wineries and sale of bread stand out, the housing 52.80% have from 1 to 3 people with 2 Rooms allocated as dormitory, state of health and education 77.30% of merchants indicate that they have been benefited by the income obtained by tourism in family education.

the psychological and ecological factors, despite having a negative impact on the quality of life of the merchants of the city of Otuzco, have no greater influence on the impact of the quality of life of the merchants of the city of Otuzco.

Keyword: Quality of life, tourism.

INTRODUCCION

I. Introducción

1.1 Realidad problemática

A través de la historia de la humanidad, siempre se va a encontrar a la infraestructura como base económica y a la superestructura como base política e ideológica, entre las cuales, si bien tienen aspectos diferentes, cuentan con una correlación que ha ido evolucionando en el transcurso del tiempo. En base a esto surgieron varias cualidades que se reflejan en la condición humana, una de ellas es la “calidad de vida” la cual de igual manera ha ido evolucionando con el pasar del tiempo. La calidad de vida ha existido desde tiempos inmemorables, sin embargo, la preocupación por la evaluación sistemática empezó desde la década de los 60 hasta la actualidad en la que es un tema de vital importancia, la calidad de vida en sus inicios aparece en los debates en torno al medio ambiente y el deterioro de las condiciones de vida urbana. En la actualidad se muestra como una evaluación tanto con variables cuantitativas y cualitativas.

En base a esto, se encuentra una problemática del cómo medir la calidad de vida y como determinar las condiciones personales que determinen la calidad de vida. Por ello se tomó como base de investigación al turismo generado en la ciudad de Otuzco ubicado en la provincia de Otuzco, departamento de La Libertad.

En los últimos años, el turismo generado a la ciudad de Otuzco ha tenido un constante crecimiento debido a determinados factores, entre los principales el atractivo tanto turístico como religioso se encuentra la imagen de la Virgen de la Puerta, denominando a la ciudad de Otuzco como “Capital de la Fe” la que día a día recibe miles de visitas de diferentes partes del Perú. El turismo a la ciudad de Otuzco también está implicado a la creciente demanda de negocios forjando el crecimiento de la ciudad y la apertura de múltiples y novedosos micro negocios, entre los cuales el rubro de comercio es el que se vio mayor beneficiado. Adicional a los atractivos turísticos con gran demanda en la ciudad de Otuzco son: la catarata de Sanchicón, la catarata de Paccha, los baños termales de Huaranchal, entre otros atractivos turísticos que impulsan significativa y positivamente el turismo en la ciudad de Otuzco.

El turismo ha generado un impulso económico positivo en la ciudad de Otuzco, de tal manera que tiene gran importancia para determinar la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

1.2 Trabajos previos

A nivel internacional.

Espinoza (2013) “Percepción del desarrollo turístico y la calidad de vida. Caso “CHACALA” en la Riviera de Nayarit”, esta investigación es de tipo mixto, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, el autor concluye que:

A pesar de que el desarrollo turístico de la Riviera Nayarit no es visto con gran entusiasmo la gente espera ver que lleguen más turistas a la comunidad de Chacala, ya que esto podría dinamizar la economía para la población. En el mismo sentido, la población local ve al turismo como una empresa generadora de empleo, que viene a propiciar oportunidades para los desempleados y la gente que ya no quiere trabajar en el sector rural se incorpore a esta nueva actividad, y a la vez, a involucrar a la mujer en la población económica activa (PEA). (p. 105)

A nivel nacional:

Valiente (2018) “Turismo competitivo y calidad de vida en el distrito de Tucume – Provincia de Chiclayo – Región Lambayeque” esta investigación es de tipo descriptiva, como técnica utilizo la encuesta y la entrevista, concluye que:

Las autoridades y la población en general reconocen la importancia y la relación entre el Turismo Competitivo con responsabilidad social y la preservación del medio ambiente es beneficioso para el distrito de Túcume. Los ingresos que genera el Turismo Competitivo mejora la calidad de vida de la población: empleabilidad, salubridad, educación, seguridad y respeto al ecosistema. (p.87)

Gaybor (2014) “Análisis situacional del potencial turístico del cantón Montalvo para desarrollar una propuesta de turismo religioso local que mejore la calidad de vida de sus pobladores” de nivel cuantitativo y descriptivo, concluye que:

El cantón Montalvo posee la infraestructura y el fervor religioso para impulsar este tipo de turismo que sería de gran importancia y en beneficio para su desarrollo socio-económico, pero esta necesita potencializarse mediante la conjunción de campañas publicitarias adecuadas que motive y genere un interés en el turista por visitar el lugar. (p.84)

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Calidad de vida.

1.3.1.1. Concepto.

Según Arcila y Gómez (2011) señala que:

La calidad de vida entendida como el concepto que integra el bienestar físico, mental, ambiental y social como es percibido por cada individuo y cada grupo, depende también de las características del medio ambiente en que el proceso tiene lugar (urbano, rural), es decir la calidad de vida es medida, desde este punto de vista, como un mayor número de personas con acceso a servicios públicos como agua potable, energía eléctrica, comunicación a distancia, acceso a transporte, educación, servicio médico (p.16).

España (2001) argumenta que:

La calidad de vida, es un concepto equivoco y difícil de medir: ¿Cómo podemos decir que una persona tiene una vida de mejor calidad de vida que otra por el simple hecho de poseer un medio de vida más fácil, higiénico y rico?, pero como investigador social, que no puede penetrar en lo más íntimo del ser de cada uno, debe aceptar sin embargo que la profusión de bienes materiales a disposición de la gente difícilmente pueda ejercer un efecto negativo y que, al contrario, producirá una resultante positiva de mayor o menor intensidad. Dicho de otra manera, más concreta: no podemos afirmar que la vida de las personas sea más plena y feliz por el solo hecho de tener a su disposición agua potable y no contaminada, pero es fácil entender que, sin ella, nuestra vida empobrece, se somete a riesgos y pierde de algún modo parte de su calidad.(p.55)

Vela y sabeth (Citado en Schalock, 1996) señala que:

La investigación sobre calidad de vida es importante porque el concepto esta emergido como un principio organizador que puede ser aplicable para la mejora de una sociedad como la nuestra, sometida a transformaciones sociales, sociales, políticas, tecnológicas y económicas. [...] en tal sentido, el concepto puede ser utilizado para una serie de propósitos, incluyendo la evaluación de las necesidades de las personas y sus niveles de satisfacción. (p.2)

Según Salas y Garzón (2013) señalan que:

Aunque históricamente han existido dos aproximaciones básicas: aquella que lo concibe como una entidad unitaria, y la que lo considera un constructo compuesto por una serie de dominios, todavía en 1995, Felce y Perry encontraron diversos modelos conceptuales de calidad de vida. A las tres conceptualizaciones que ya había propuesto Borthwick – Duffy en 1992, añadieron una cuarta. Según estas, la calidad de vida ha sido definida como la calidad de las condiciones de vida de una persona, como la satisfacción experimentada por la persona con dichas condiciones vitales, como la combinación de componentes objetivos y subjetivos, es decir, calidad de vida definida como la calidad de las condiciones de vida de una persona junto con la satisfacción que esta experimenta y, por ultimo como la combinación de las condiciones de vida y la satisfacción personal ponderada por la escala de valores, aspiraciones y expectativas personales (p.38).

1.3.1.2. Medición de la calidad de vida.

La Organización para la cooperación y el desarrollo económicos (OCDE) lanzó su índice de calidad de vida en donde evalúa la calidad de vida de distintos países.

1.3.1.2. Índice de calidad de vida.

Según la Organización para la cooperación y el desarrollo económico, se creó para identificar la mejor manera de medir el progreso de una sociedad y entender mejor que es lo guía el bienestar de las personas y las naciones. Con

base a esta experiencia se plantearon 11 temas que la OCDE identificó como esenciales para el bienestar en términos de las condiciones materiales de vida(OCDE, s.f. párr.1).

La OECDE manifiesta lo siguiente:

Desde su fundación en 1961, la OCDE ha ayudado a los gobiernos a diseñar mejores políticas que procuren una vida mejor a sus ciudadanos [...]. Con base a esta experiencia, los 11 temas aquí presentados son los que la OCDE identificó como esenciales para el bienestar en términos de las condiciones materiales de vida (empleo, ingresos, vivienda) y la calidad de vida (comunidad, educación, equilibrio laboral -personal, medio ambiente, participación ciudadana, salud, satisfacción ante la vida y seguridad) (OECDE, s.f. párr.3).

1.3.1.2.1. Parámetros del Índice de Calidad de Vida.

La Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) realizó su índice de calidad de vida, en donde evalúa la calidad de vida de los distintos países. En su estudio escogen 11 elementos que han identificado como esenciales para el bienestar:

1.3.1.2.1.1. Ingresos.

1.3.1.2.1.1.1. Ingreso familiar disponibles.

El ingreso familiar es la cantidad de dinero que una familia percibe o gana cada año después de los impuestos. Representa e dinero del que dispone una familia para gastar en bienes y servicios. El ingreso familiar disponible ajustado se compone de los ingresos provenientes de la actividad económica (sueldos y salarios); beneficios de aquellos que trabajan en su propia empresa; ingresos provenientes de propiedades (dividendos, intereses y rentas) (OEDC, s.f, párr.2-3).

1.3.1.2.1.1.2. Patrimonio financiero familiar neto.

El patrimonio financiero familiar neto es el monto total de los valores financieros que posee una familia, o la suma de todos sus activos financieros menos sus pasivos. El patrimonio financiero toma en cuenta los ahorros, el oro, dinero en efectivo y depósitos, acciones, valores y créditos. Estos activos financieros pueden ser una fuente importante de ingresos por si solos, bien sea a través de su venta o refinación, por la vía

de pensiones, intereses y pago de dividendos u otros ingresos por rentas de propiedades (OECD, sf, párr. 4).

1.3.1.2.1.2. Empleo.

1.3.1.2.1.2.1. Tasa de empleo.

En la OCDE, cerca del 67% de la población en edad laboral (15 a 64 años) tiene un empleo remunerado. En la OCDE, cerca del 82% de la población con por lo menos educación superior tiene un empleo remunerado, en comparación con cerca del 57% de la población que no cuenta con educación media superior (OECD, s.f. párr.2).

1.3.1.2.1.2.2. Tasa de desempleo a largo plazo.

La definición de desempleo se refiere a aquellos que no trabajan actualmente pero que están dispuestos a hacerlos y que están buscando empleo activamente. El desempleo a largo plazo puede tener un efecto muy negativo en los sentimientos de bienestar y autoestima y generar la pérdida de capacidades, con los que las posibilidades de conseguir empleo se reducen aún más (OECD, s.f. párr. 3).

1.3.1.2.1.2.3. Ingresos promedios. “Los salarios y los otros beneficios monetarios que aporta el empleo son aspectos importantes de la calidad en el trabajo. Estos beneficios representan la principal fuente de ingresos para la mayoría de las familias” (OECD, s.f. párr. 6).

1.3.1.2.1.2.4. Seguridad en el empleo. “Otro factor esencial de la calidad en el empleo es la seguridad en este, en términos de la pérdida esperada de ingresos cuando alguien queda desempleado” (OECD, s.f. párr. 8).

1.3.1.2.1.3. La vivienda.

1.3.1.2.1.3.1. Número de habitaciones por persona.

Contar con una vivienda adecuada es uno de los aspectos más importantes en la vida de una persona. La vivienda es esencial para cubrir las necesidades básicas, como la necesidad de abrigo, pero no se trata solo de tener cuatro paredes y un techo. La vivienda debe ser un sitio para dormir y descansar en el que las personas se sientan protegidas y gocen de privacidad. Y por supuesto, otro elemento clave es si las personas pueden costear una vivienda adecuada (OECD, s.f. párr.2).

1.3.1.2.1.3.2. Gastos por vivienda.

Los costos de vivienda consumen una gran proporción del presupuesto familiar y representan el gasto individual más grande para muchas personas y familias, al sumar elementos como alquiler, gas, energía eléctrica, agua, menaje de casa y reparaciones. En la OCDE, las familias gastan en promedio alrededor de 21% de su ingreso bruto ajustado a mantener su vivienda. El nivel de los costos de vivienda en los presupuestos familiares varía de 26 % en Nueva Zelanda a 15 % en Corea. En Letonia y la Federación de Rusia, el gasto en vivienda también representa el 23 % y el 19 % del presupuesto familiar (OECD, s.f. párr.3).

1.3.1.2.1.4.Estado de salud.

1.3.1.2.1.4.1. Esperanza de vida al nacer.

La esperanza de vida es la medida de la salud más utilizada, aunque solo toma en cuenta la duración de la vida de una persona y no de su calidad. En promedio, en todos los países de la OCDE la esperanza de vida al nacer llega a los 80 años. Las mujeres viven alrededor de seis años más que los hombres, con un promedio de 83 años, en comparación con 77 años de los hombres (OECD, s.f. párr. 2).

1.3.1.2.1.4.2. Estado de salud reportado por los ciudadanos.

La mayoría de los países de la OCDE realizan encuestas periódicas mediante las cuales las personas proporcionan información sobre diferentes aspectos de su salud. La pregunta frecuente ¿Cómo calificas tu salud? permite recabar datos sobre la percepción de las personas acerca de su propio estado de salud. A pesar del carácter subjetivo de la pregunta, se ha encontrado que las respuestas recibidas son un buen indicador del uso que el futuro hará la persona de los servicios de atención a la salud (OECD, s.f. párr.5).

1.3.1.2.1.5.Balance de vida trabajo.

1.3.1.2.1.5.1. Trabajadores con un horario de trabajo largo.

Un aspecto importante del equilibrio laboral- personal es el número de horas que una persona trabaja. La evidencia sugiere que un horario de trabajo largo puede resultar perjudicial para la salud personal, poner en peligro la seguridad y aumentar el estrés. En los países de la OCDE 1 de

cada 8 empleados trabaja 50 horas o más a la semana (OECD, s.f. párr. 2).

1.3.1.2.1.5.2. *Tiempo dedicado al ocio y al cuidado personal.* “Además, cuanto más trabajen las personas, menos tiempo tendrán para dedicarlo a otras actividades, como el cuidado personal o el ocio. La cantidad del tiempo libre son importantes para el bienestar general de las personas” (OECD, s.f. párr. 3).

1.3.1.2.1.6. *La educación y la formación.*

1.3.1.2.1.6.1. *Logro educativo.*

Tener una buena educación mejora en gran medida la probabilidad de encontrar empleo y de ganar suficiente dinero para alcanzar una buena calidad de vida. Las personas con un alto nivel educativo resultan menos afectadas por las tendencias del desempleo, por lo general debido a que sus logros educativos aumenten el atractivo de su perfil profesional en la fuerza laboral (OECD, s.f. párr. 3).

1.3.1.2.1.6.2. *Competencias de los estudiantes.*

Pero las tasas de graduación, si bien son importantes, no son indicadores precisos de la calidad de educación recibida. La OCDE analiza hasta qué punto los estudiantes que se acercan al final de su educación obligatoria han adquirido algunos de los conocimientos y competencias que resultan esenciales para participar plenamente en las sociedades modernas, en particular en las áreas de lectura, matemáticas y ciencias (OECD, s.f. párr. 6).

1.3.1.2.1.6.3. *Años de educación.*

En una economía en la que los conocimientos cambian con rapidez, la educación tiene por objeto enseñar competencias para la vida. Pero, ¿cuántos años en la escuela, la universidad o un centro de formación esperarán estudiar las nuevas generaciones? La respuesta es que promedio, en la OCDE las personas pueden esperar recibir cerca de 17 años de educación (OECD, s.f. párr. 2)

1.3.1.2.1.7. *Las conexiones sociales.*

1.3.1.2.1.7.1. *La red social.*

La pertenencia a un grupo social o una comunidad fuerte puede brindar apoyo emocional durante los momentos buenos y los malos, así como

facilitar el acceso a empleos, servicios y otras oportunidades materiales. En la OCDE, el 89 % de las personas creen que conocen a alguien en quien pueden confiar cuando lo necesiten. Hay escasa diferencia entre hombres y mujeres, ya que el 90 % de ellas creen que cuentan con este tipo de apoyo social, en comparación con el 87 % de los hombres (OECD, s.f. párr. 2).

1.3.1.2.1.8.El compromiso cívico y la gobernanza.

1.3.1.2.1.8.1. Participación de los interesados en la elaboración de regulaciones. “La participación pública en la toma de decisiones promueve la rendición de cuentas del gobierno, un entorno empresarial favorable y la confianza pública en las instituciones gubernamentales” (OECD, s.f. párr.6).

1.3.1.2.1.8.2. Participación electoral.

Una participación electoral es un parámetro para medir la participación ciudadana en el proceso político. Una participación electoral alta es deseable en una democracia porque aumenta las posibilidades de que el sistema político refleje la voluntad de un gran número de individuos y que el gobierno goce de un alto grado de legitimidad (OECD, s.f. párr. 2).

1.3.1.2.1.9.La calidad medio ambiental.

1.3.1.2.1.9.1. Contaminación del aire.

La contaminación del aire en exteriores es un problema medioambiental importante que afecta directamente la calidad de vida de las personas. Pese a las intervenciones nacionales e internacionales y a las reducciones de las principales emisiones contaminantes, a nivel global los efectos de la contaminación urbana del aire en la salud continúan empeorando, y la contaminación del aire podría convertirse en 2050 en la principal causa medioambiental de mortalidad prematura. La contaminación del aire en los centros urbanos, a menudo provocada por el transporte públicos entre otros (OECD, s.f. párr. 2).

1.3.1.3.9.2.Calidad de agua.

Tener acceso a agua limpia es fundamental para el bienestar humano. Gestionar el agua para cubrir esa necesidad es un desafío importante y creciente en muchas regiones del mundo. Un gran número de personas sufre de escasez de agua y de una calidad insuficiente de la misma. En promedio,

casi el 81 % de los habitantes de los habitantes de los países de la OCDE dicen estar satisfechos con la calidad de agua (OECD, s.f. párr. 4).

1.3.1.2.1.10. La seguridad personal.

1.3.1.2.1.10.1. Tasa de homicidios.

La tasa de homicidios (el número de asesinatos por cada 100 000 habitantes) solo representa la forma extrema del contacto con el crimen y, por consiguiente, no revela información sobre las condiciones de seguridad a nivel gerencial. Según la información más reciente de la OCDE, la tasa media en los países de la organización es de 3.6 homicidios por cada 100 000 habitantes (OECD, s.f. párr. 3).

1.3.1.2.1.10.2. Sentimientos de seguridad al caminar solos por la noche. “Según datos recientes, cerca del 69 % de las personas en los países de la OCDE afirman sentirse seguras al caminar solas por la noche. Sin embargo, hay diferencias importantes entre los distintos países” (OECD, s.f. párr. 2).

1.3.1.2.1.11. El bienestar subjetivo.

Medir los sentimientos puede ser muy subjetivo, pero es un complemento útil de datos más objetivos a la hora de comparar la calidad de vida en diferentes países. Estos datos subjetivos permiten incorporar una evaluación personal de la salud, la educación, los ingresos, la satisfacción personal y las condiciones sociales de un individuo (OECD, s.f. párr.1).

Turismo.

La Organización Mundial de Turismo señala que el “Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, s.f. p.46)” ante ello también se le puede definir como persona no residente que viaja para realizar una actividad turística, favoreciendo a la economía del país o lugar visitado.

Panosso (citado en Panosso&Lohmann, 2012), afirma lo siguiente:

El turismo forma una gran parte de la actividad humana y de la economía mundial y es entendido por los turismólogos como “el fenómeno de salida de un ser humano de su lugar habitual de residencia y de retorno al mismo, por motivos revelados u ocultos, lo cual presupone hospitalidad,

encuentro y comunicación con otras personas, así como la utilización de tecnología, entre otras muchas condiciones, lo que genera experiencias variadas e impactos diversos. (p.54)

Acerenza (2006) pone en manifiesto que “el turismo para la sociedad es, esencia, una actividad relacionada con el descanso, el placer, el desarrollo cultural y la recreación. (p.27)

Siendo así resulta claro que el turismo se genera a partir de los recursos que tiene una determinada zona, región o país lo que son aprovechados óptimamente y que genera determinadas actividades económicas, contribuyendo directa o indirectamente con el desarrollo social, cultural y económico. Siendo así, es un modo de vida, una actividad económica productiva que genera resultados positivos para la comunidad o conjunto de personas que habitan los espacios geográficos que tienen que ver con el aprovechamiento de los recursos.

1.3.2.1. Sistema turístico.

Tal como aduce Boullón (2006):

En torno a los viajes que se realizan como una de las formas de aprovechar el tiempo libre, se ha generado un importante número de actividades. Su existencia se debe a un movimiento espontáneo por el cual la iniciativa privada, primero, y el público, después, fueron resolviendo las necesidades de los viajeros al incorporar cada vez un mayor número de servicios destinados a aumentar el confort del turista y a multiplicar sus oportunidades de diversión. Así alrededor del turismo se ha ido formando una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento. (p.31)

Dichas relaciones forman parte del sistema de turístico las cuales cuentan con diferentes particularidades que se a continuación se detallarán las características de cada una de las partes que lo componen.

1.3.2.1.1. Demanda turística.

Bullon (2006) lo define como “la demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, centro turístico o atractivo, y los ingresos que generan (p.32)”.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) señala que debido a las llegadas de turistas internacionales se registraron un crecimiento del 7% en el año 2017 alcanzando un total de 1,322 millones, según lo informado por el Barómetro OMT del Turismo Mundial. Estos índices indican a que este fuerte impulso se mantendrá en el año 2018, con un ritmo de entre 4% el 5%.

Ante ello Portal de Turismo (2017), manifiesta que “al cierre del año 2016, nuestro país habría recibido aproximadamente 3.7 millones de turistas extranjeros con un crecimiento de 7.7% en lo registrado el año anterior, según informe del MINCETUR. Estos resultados ubican a nuestro país en el quinto puesto del ranking regional y con una mínima participación en el mercado turístico mundial”.

Según lo informa el Barómetro del Turismo Mundial de la Organización Mundial del Turismo (OMT) “El año 2016 sumó un total de 1, 235 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo. En tanto, el continente americano recibió 200.9 millones de visitantes extranjeros, de los cuales América del Norte registró 132.2 millones. Centroamérica y el Caribe 36 millones y Sudamérica 32.7 millones. Dichas cifras revelan que nuestro país recibió 11.3 % de los turistas internacionales que derribaron a Sudamérica el año pasado, poco más del 1.8 % de los que llegaron al continente americano y apenas 0.3 del total mundial”.

La Demanda turística se divide en grupos:

1.3.2.1.1.1. Demanda efectiva o actual. “Hace referencia al total de número de personas que son parte de la actividad turística, es decir que utilizan el tiempo de ocio para viajar. En este grupo es el que se mide más fácilmente y por ende se encuentra reflejado en las estadísticas a nivel mundial” (Cooper et al, 1993, p.15).

1.3.2.1.1.2. Demanda no efectiva.

Se refiere aparte de la población que no viaja por algún motivo. En este grupo está reflejado: la demanda potencial, que hace referencia a aquellos

que viajarán en algún momento del futuro, es decir cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.) y la demanda en diferida, es aquella que no ha podido viajar por algún problema puede ser debido al entorno o en la oferta como por ejemplo los atentados terroristas en una zona, falta de alojamiento (Cooper et al, 1993, p.15).

1.3.2.1.1.3. La no demanda. En este tercer grupo se caracteriza por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar (Cooper et al, 1993, p.16).

1.3.2.1.2. Oferta.

Boullón (2006) argumenta que “se entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado” (p.34)

Por otro lado, el ministerio de comercio exterior y turismo señala que:

El patrimonio que ha dejado la historia por todo el territorio peruano es muy rico y abundante. Nuestro país es uno de los países con más patrimonio histórico y cultural del mundo, hecho que fue corroborado por la UNESCO a través de la cantidad de bienes declarados patrimonio de la Humanidad por esta organización internacional. En nuestro país a lo largo de todo el territorio peruano encontramos ciudades, monumentos, paisajes culturales de envidiable valor histórico cultural y áreas naturales protegidas (MINCETUR, 2010, p.11).

Está compuesto por:

1.3.2.1.2.1. Los recursos turísticos “Son elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de turistas como sitios naturales, lugares culturales, folclor, realizaciones técnicas, científicas y primorosas contemporáneas” (MINCETUR, 2010, p. 12).

1.3.2.1.2.2. Los atractivos o plazas turísticas

Son los recursos turísticos que cuentan con las situaciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, quiere decir, que cuentan con una planta turística (conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas

que prestan servicio al turismo como el alojamientos y restaurantes), medios de transporte (admiten al turista a acceder a los destinos seleccionados), servicios complementarios (son aquellos servicios solicitados o disponibles por los turistas que son independientes del sector turismo, tales como: servicios de transporte diversos, sistema bancario, servicios de salud, cabinas de internet, comercio en general. otros) e infraestructura básica (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano)” (MINCETUR, 2010, p.12)

1.3.2.2. Operadores turísticos.

Son empresas y organismos cuyo objetivo principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda, las cuales estos se encargan mayormente de la promoción del turismo.

Por otro lado, lo definen como:

Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la ofertacomplementaria (hotel, conjunto de la oferta de alojamiento), en tal sentido, los operadores turísticos se asocian a la función de distribución y ésta, a su vez, a los aspectos de transporte y comercialización de paquetes turísticos. Dentro de esta consideración aparecen, por tanto, las agencias de viaje en todas sus modalidades(Sancho, s.f. p. 55).

1.3.2.3. Espacio geográfico.

Es el conjunto conformado por elementos naturales tales como vegetación, suelo montañas, así como también la organización económica, social de cada uno de los pueblos así también sus costumbres. Todos estos elementos ocupan un lugar territorial. Ante ello también lo definen como “Es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hace que fluya la demanda” (Sancho, s.f.p.54).

1.3.2.4. Atractivo turístico.

Según diccionario Definición. De:

Un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros. De este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país. El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones. En algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción surge por la belleza natural. Más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos (Definición.de, 2016).

1.3.2.5. *Impacto del turismo.*

Cuando hablamos de turismo estamos hablando de una herramienta de crecimiento de desarrollo para las comunidades ya que hoy en día el Turismo se ha convertido en una actividad en la economía de un país, ya que genera empleo, inversiones, etc. El turismo se debe desarrollar de manera planificada, cuando hablamos de turismo planificado es que el turismo va a generar beneficios tales como económicos, sociales y ambientales, para la población para el mercado y para el ambiente.

1.3.3. *Beneficios y costos derivados del turismo.*

Según el estudio de Maldonado (2006, pp. 10-14) en su investigación “Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta” propone lo siguiente:

1.3.3.1. *Beneficios y costos económicos del turismo.*

1.3.3.1.1. *Efectos positivos.*

Contribución al crecimiento del producto interno bruto del país atribuible a los gastos por consumo de servicios, según la diversidad y frecuencia del consumo de los mismos.

Captación de divisas que contribuyen a equilibrar las cuentas nacionales balanza comercial y de pagos.

Incremento de la inversión pública en infraestructura vial, servicios básicos, recreativos y culturales.

Recaudación de impuestos gubernamentales centrales y locales a los servicios, inversiones, ingresos y dividendos turísticos.

Inversión de la empresa privada nacional en edificaciones, instalaciones turísticas, equipamientos y similares (hoteles, restaurantes, sistema de transportes y telecomunicaciones, etc.).

Atracción de la inversión extranjera.

Estímulo a la creación de nuevos negocios y desarrollo del espíritu empresarial, especialmente en las Pymes y los negocios familiares que incrementan la demanda de bienes locales.

Fuentes de beneficios directos para las empresas prestadoras de servicios turísticos.

Renta y dividendos obtenidos por los propietarios de bienes raíces, inversionistas, servicios financieros y afines.

Reinversión de beneficios en la ampliación de los negocios o en otros sectores; incremento del autofinanciamiento.

Beneficios indirectos obtenidos por las empresas proveedoras de bienes y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos.

Contribución a la mejora del equilibrio regional gracias a la diversificación económica, la distribución de la población y los ingresos en el territorio nacional.

1.3.3.1.2. Efectos negativos (costos potenciales).

Costos derivados de las fluctuaciones de la demanda turística: la caída de la demanda afecta a la actividad económica en general

Inflación local: aumento de los precios de la mano de obra, los alimentos y los bienes raíces, lo cual significa una pérdida del poder adquisitivo de los hogares residentes.

Posible especulación derivada de la demanda turística por terrenos y bienes raíces.

Elevación de gastos locales en mantenimiento de infraestructura, limpieza, seguridad ciudadana y atención sanitaria en temporada de mayor afluencia turística.

1.3.3.2. Beneficios y costos sociales derivados del turismo.

1.3.3.2.1. Efectos positivos (beneficios potenciales).

Oportunidad de empleo alternativo para personas que se encuentran desempleadas o sub ocupadas en actividades poco remuneradas.

Empleo directo generado en los establecimientos turísticos.

Empleo indirecto creado en las empresas proveedoras de bienes y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos.

Empleo inducido por el gasto de los residentes y hogares con los ingresos procedentes del turismo.

Formación y capacitación de recursos humanos tanto para operar como para administrar negocios locales.

Mejorar del bienestar de los hogares residentes por el acceso a servicios, instalaciones, infraestructura y equipamiento turísticos.

Contribución a un mejor equilibrio regional por la distribución del empleo en el territorio nacional.

Efectos benéficos para las zonas remotas con escasas oportunidades de empleo y poco atendidas por programas de desarrollo.

1.3.3.2.2. Efectos negativos (costos potenciales).

Creación de puestos de trabajo inestables (ocupación a tiempo parcial y estacional) y precarios (salarios, condiciones de empleo y trabajo inferiores a los otros sectores).

Dificultades de los trabajadores mayormente jóvenes y mujeres a espigar una carrera profesional.

Problemas sociales derivados de una muy baja sindicación de los trabajadores del sector para defender sus intereses laborales.

Creciente subcontratación de servicios y pérdida de empleos estables en algunas actividades.

Difícil acceso del personal local a puestos de trabajo con altos sueldos, calificaciones y responsabilidades en empresa extranjera.

Fomento de las migraciones atraídas por las nuevas fuentes de empleo y las inversiones turísticas.

Pérdida de la tranquilidad de los residentes por congestión de tráfico y de personas, e incremento de ruido.

Pérdida de la seguridad ciudadana por incremento de tensiones sociales, agresiones y actos delictivos”.

1.3.3.3. Beneficios y costos culturales derivados del turismo.

1.3.3.3.1. Efectos positivos (Beneficios potenciales).

Preservación, restauración y rehabilitación de edificios, sitios, monumentos y obras históricas.

Revitalización de formas de arte tradicional música, danza, pintura, escultura, teatro, literatura, etc.

Reactivación y desarrollo de tradiciones locales: artesanía, ritos festivos, celebraciones religiosas, gastronomía y folclore.

Fortalecimiento del patrimonio histórico, la identidad cultural y la estima colectiva que potencian el atractivo turístico del destino.

Enriquecimiento del intercambio intercultural entre visitantes y residentes, gracias a experiencias basadas en el respeto mutuo, la tolerancia y la comprensión.

1.3.3.3.2. *Efectos negativos (costos potenciales).*

Deterioro de sitios históricos y monumentos: arqueológicos por el tráfico peatonal y la polución vehicular.

Daños causados a obras de arte por el excesivo tráfico humano.

Saturación y deterioro de algunos destinos turísticos debido a la poca diversificación de la oferta nacional, regional o local.

Saqueo o tráfico ilegal de piezas arqueológicas y obras de arte”.

1.4 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018?

1.5 Justificación del Estudio

La presente investigación se justifica según Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp.40-41).

Conveniencia.

La presente investigación es de relevancia para los agentes económicos de la ciudad de Otuzco, dado que conoceremos la relación que hay entre el turismo y la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Relevancia social.

La actual investigación ayudará a conocer cuáles son los diversos aspectos que determina el auge del turismo y en que forma permanente se lleva a cabo durante los

días del año y su incidencia en los comerciantes de la ciudad de Otuzco para mejorar su calidad de vida.

Implicaciones prácticas.

Mediante el presente estudio se pretende innovar ciertos conocimientos relativos a la calidad de vida, y al turismo como actividad económica predominante en la ciudad de Otuzco y la forma como impacta en la calidad de vida de los comerciantes de la Ciudad de Otuzco, el cual servirá de base para estudios posteriores similares.

Valor teórico.

Ayudará a diferenciar la teoría existente con los conocimientos obtenidos en la investigación, incidiendo en los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico.

Utilidad metodológica.

La presente investigación tiene como propósito servir como herramienta para establecer nuevos conocimientos los cuales permita analizar el turismo, el cual determine los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico.

2.6 Hipótesis

Los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018 son: factores sociales, psicológicos y ecológicos.

2.7 Objetivos

2.7.1 Objetivo General.

Identificar los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018.

2.7.2 Objetivos Específicos.

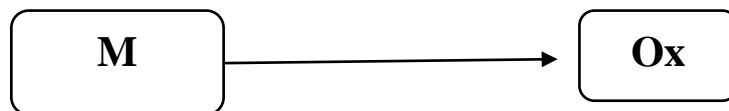
- Analizar los factores sociales en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico.
- Analizar los factores psicológicos en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico.
- Analizar los factores ecológicos en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico.

MÉTODO

II Método

2.1 Diseño de investigación

El diseño de la investigación realizada es de tipo no experimental de corte transversal, ya que no se manipuló ninguna variable y se realizará una sola medición.



Donde:

M : Muestra (comerciantes de la ciudad de Otuzco)

Ox : Observación de la variable dependiente: Factores determinantes de la calidad de Vida.

2.2 Variables, operacionalización

Variable:

Factores determinantes de la calidad de vida.

Sub variables:

Sociales

Psicológicos

Ecológicos

Tabla 2. 1
Operacionalización de variables

V	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Sub variables	Indicadores	Escala	
Calidad de Vida	Según Arcila y Gómez (2011) señala que: “La calidad de vida entendida como el concepto que integra el bienestar físico, mental, ambiental y social como es percibido por cada individuo y cada grupo, depende también de las características del medio ambiente en que el proceso tiene lugar (urbano, rural), es decir la calidad de vida es medida, desde este punto de vista, como un mayor número de personas con acceso a servicios públicos como agua potable, energía eléctrica, comunicación a distancia, acceso a transporte, educación, servicio médico (p.16)”.	La variable se midió mediante el instrumento del cuestionario aplicado a los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico.	Factor social	- Conexiones Sociales	Condición actual de calidad de vida	Nominal	
				- Seguridad Personal	Mejora en la seguridad pública.		
				- La Educación y la Formación	Mayor logro académico.		
				- Estado de Salud	Atención médica.		
				- La Vivienda	Habitación por persona.		
				- Los Empleo y Sueldos	Rubro del negocio.		
				Factor psicológico	- Ingresos	Ingresos percibidos.	Nominal
				- Bienestar Subjetivo	Condición de estándar de vida.		
				- Compromiso Cívico y la Gobernanza	Participación de autoridades locales en el fomento del comercio.		
				Factor ecológico	- Balance Vida Trabajo	Horas dedicadas al trabajo.	Nominal
	- Calidad del Medio Ambiente	Calidad del agua y aire.					

Nota: Se consideró los factores de acuerdo a la Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE).

2.3 Población y muestra

Población

Población de Comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Muestra

Muestra: Se aplicó la fórmula de población infinita ya que no se cuenta con un número exacto de comerciantes que laboran en la ciudad de Otuzco hasta el presente año, las cuales se ven implicados el turismo en la ciudad de Otuzco como principal actividad económica, teniendo como resultado de muestra a 229 comerciantes, la cual sirvió para realizar el análisis de la variable calidad de vida, para ello:

n= Población Infinita

e= margen de error = 0.06

z= Nivel de confianza = 1.88

p= Probabilidad de éxito= 0.63

q= Probabilidad de Fracaso= 0.37

$$n = \frac{Z^2 P x Q}{e^2}$$
$$= \frac{1.88^2 0.63 x 0.37}{0.06^2}$$

n= 229 encuestados

Unidad de análisis:

1 comerciante de la ciudad de Otuzco.

Muestreo:

Se hizo uso de la técnica de muestreo aleatorio simple, hasta completar el tamaño muestral.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Tabla 3.4.
Técnicas e instrumentos

Variable	Técnica	Instrumento	Informante
Calidad de Vida	Encuesta	Cuestionario	Comerciantes de la ciudad de Otuzco

3.4.1 Validez

Los instrumentos serán validados por diferentes expertos.

2.5 Métodos de análisis de datos

El presente trabajo para el procesamiento de datos se utilizó programas de Excel, para así poder analizar los resultados las cuales se visualizarán por medio de tablas y figuras estadísticas, para así tener como fin el logro de los objetivos ejecutados.

2.6 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó de acuerdo a la estructura establecida por la Universidad Cesar Vallejo, además de ella se tuvo en cuenta la confidencialidad obtenida de los participantes de la presente investigación, y la honestidad en el desarrollo y obtención de resultados del tema en investigación.

RESULTADOS

III. Resultados

3.1 Generalidades del lugar

La ciudad de Otuzco es conocida como la Capital de la Fé a causa de su profunda fe religiosa a la Virgen de la puerta. La ciudad de Otuzco se encuentra ubicada a 2 635 m.s.n.m y a 73 km de la ciudad de Trujillo.

Otuzco fue fundado en el año 1560 por los padres Agustinos con el nombre de “Pueblo de la Inmaculada Concepción de Nuestra Señora de Copacabana de Otuzco”, pero el 23 de abril de 1861, durante el gobierno de Ramon Castilla se creó la provincia de Otuzco, En la actualidad lo que más resalta es la firmeza de su fe, por lo que se demuestra en la gran cantidad que recibe esta ciudad los días de fiesta en honor a la virgen de la puerta.

La ciudad de Otuzco se dedica a las labores agrícolas entre las cuales producen papas, menestras entre otros, asimismo se dedican a la crianza de ganado. Cabe resaltar que la ciudad de Otuzco sobresale por sus artesanías entre otros.

Analizar los factores sociales psicológicos y ecológicos en la calidad de vida de los comerciantes de Otuzco al 2018.

3.2 Factores Sociales

3.2.1. ingresos

Tabla 3.1.

Ingresos percibidos

	<i>fi</i>	<i>hi</i>
1 - 500 soles	23	10.0 %
501 - 1000 soles	38	16.6 %
1001 - 2000 soles	95	41.5 %
2001 - 5000 soles	68	29.7 %
Más de 5000 soles	5	2.2 %
	229	100 %

Nota: El 41.5% de los comerciantes mantienen ingresos mensuales de 1001 a 2000 soles mensuales, mientras que el 10% mantiene ingresos de 1 a 500 soles mensuales los cuales está conformado por negocios informales. El 16.6% de los comerciantes indican que tienen ingreso de entre 501 soles a 1000 soles mensuales los cuales están conformado principalmente por los comerciantes de artesanía y los comerciantes de pan informales.

El 29.7% de los comerciantes manifiestan tener ingresos de entre 2001 soles hasta 5000 soles, entre los cuales sobresalen las bodegas y bazar.

Tabla 3.2.

Los ingresos y las riquezas, Propiedades familiares de los comerciantes de la ciudad de Otuzco 2018.

Bienes	fi	hi
Casa alquilada	36	15.7 %
Casa alquilada y Casa propia	2	0.9 %
Casa alquilada y vehículos de uso personal	4	1.7 %
Casa alquilada y vehículos con fines de negocio	4	1.7 %
Casa alquilada y terrenos de cultivo	4	1.7 %
Casa alquilada y ahorros	16	7.0 %
Casa alquilada, Casa propia y vehículos con fines de negocio	1	0.4 %
Casa alquilada, Casa propia y ahorros	1	0.4 %
Casa alquilada, vehículos de uso personal y terrenos de cultivo	1	0.4 %
Casa alquilada, vehículos con fines de negocio, terrenos de cultivo y ahorros	1	0.4 %
Casa propia	53	23.1 %
Casa propia Y vehículos de uso personal	18	7.9 %
Casa propia y vehículos con fines de negocio	14	6.1 %
Casa propia y terrenos de cultivo	11	4.8 %
Casa propia y ahorros	25	10.9 %
Casa propia, vehículos de uso personal y vehículos con fines de negocio	4	1.7 %
Casa propia, vehículos de uso personal y terrenos de cultivo	1	0.4 %
Casa propia, vehículos de uso personal y ahorros	7	3.1 %
Casa propia, vehículos de uso personal, vehículos con fines de negocio y ahorros	3	1.3 %
Casa propia, vehículos de uso personal, terrenos de cultivo y ahorros	1	0.4 %
Casa propia, vehículos con fines de negocio y terrenos de cultivo	6	2.6 %
Casa propia, vehículos con fines de negocio y ahorros	4	1.7 %
Casa propia, vehículos con fines de negocio, terrenos de cultivo y ahorros	2	0.9 %
Casa propia, terrenos de cultivo y ahorros	9	3.9 %
Vehículos de uso personal y ahorros	1	0.4 %
Total	229	100 %

3.2.2. Conexiones sociales

Tabla 3.3

Percepción de las condiciones actuales de la calidad de vida..

<i>Pregunta</i>	<i>fi</i>	<i>hi</i>
SI	180	78.6 %
NO	49	21.4 %
Total	229	100 %

Nota: La calidad de vida en los comerciantes ha mejorado en los últimos años gracias a la alta demanda de turismo en la ciudad de Otuzco. El 78.6% de la muestra tomada de estudio indican que el turismo tuvo un impacto positivo en la calidad de vida de los comerciantes y sus familiares. Mientras que el 21.4% de la muestra de estudio indica que el turismo es indiferente en la calidad de vida de ellos y sus familiares.

3.3.3. Empleos

Tabla 3.4

Empleo por rubros de los comerciantes de la ciudad de Otuzco

<i>Negocios</i>	<i>fi</i>	<i>hi</i>
Agricultor	2	0.9
Alquiler de disfraces	2	0.9
Artesanía	12	5.2
Bar Restaurant	3	1.3
Bazar	5	2.2
Bodega	30	13.1
Botica	1	0.4
Costurera	1	0.4
Emolientes	2	0.9
Farmacia	4	1.7
Ferretería	2	0.9
Librería	3	1.3
Licorería	2	0.9
Llantero	1	0.4
Mecánico	3	1.3
Mototaxi	15	6.6
Naturista	2	0.9
Panadería	1	0.4
Pastelería	4	1.7
Piñatería	2	0.9
Radio electrónico	2	0.9
Relojero	1	0.4
Restaurant	8	3.5
Técnico electrico	2	0.9
Transportista particular	5	2.2

venta de bisuteria	1	0.4
venta de alfalfa	2	0.9
venta de animales	2	0.9
venta de calzado	3	1.3
venta de caña	2	0.9
venta de carne	4	1.7
venta de celulares	2	0.9
venta de ceviche	2	0.9
venta de desayunos	2	0.9
Venta de electrodomésticos	3	1.3
Venta de fruta	4	1.7
Venta de helados	2	0.9
Venta de hierbas	1	0.4
Venta de jugos	4	1.7
Venta de juguetes	1	0.4
Venta de leche	3	1.3
Venta de legumbres	1	0.4
Venta de maíz	1	0.4
Venta de menú	1	0.4
Venta de molidos	1	0.4
Venta de muebles	2	0.9
Venta de pan	16	7.0
Venta de papas	5	2.2
Venta de películas	2	0.9
Venta de pescado	1	0.4
Venta de plásticos	4	1.7
Venta de pollo	3	1.3
Venta de queso	1	0.4
Venta de ropa	13	5.7
Venta de salchipollo	6	2.6
Venta de tamales	2	0.9
Venta de tejido	2	0.9
Venta de verduras	9	3.9
Venta de zapatos	1	0.4
Locutorio	2	0.9
Venta de abarrotes	3	1.3
Total	229	100.0

Nota: El mayor número de comerciantes den la ciudad de Otuzco se presenta en las bodegas representando el 13% del comercio en la ciudad de Otuzco, así como la venta de pan representa un 7% de los comerciantes Otuzcanos.

3.3.4. La vivienda

Tabla 3.5

La Vivienda, habitantes por vivienda

<i>Habitantes por vivienda</i>	<i>fi</i>	<i>Hi</i>
de 1 a 3 en 1 habitación	25	10.9 %
de 1 a 3 en 2 habitación	121	52.8 %
de 1 a 3 en 3 habitación	51	22.3 %
de 1 a 3 en 3 a más habitación	4	1.7 %
Más de 3 en 1 habitación	0	0.0 %
Más de 3 en 2 habitación	8	3.5 %
Más de 3 en 3 habitación	17	7.4 %
Más de 3 en más de 3 habitación	3	1.3 %
Total	229	100 %

Nota: Los hogares Otuzcanos presentan un 52% de comerciantes que cuentan de 1 a 3 personas con 2 habitaciones destinadas como dormitorio. El 10.9% de los comerciantes indican contar con una habitación destinada a dormitorio contando de 1 a 3 personas en el hogar. El 22.3% de los comerciantes indican que cuentan con 3 habitaciones destinadas como dormitorio, en un hogar donde habitan de 1 a 3 personas. Mientras que solo el 1.7% de los hogares cuentan con más de 3 habitaciones destinadas a dormitorio en hogares donde habitan de 1 a 3 personas.

Tabla 3.6

La Vivienda, Gastos por Vivienda

	<i>fi</i>	<i>hi</i>
De 1 a 500 soles	217	94.8 %
de 500 a más	12	5.2 %
Total	229	100 %

Nota: El 94.8% de los comerciantes indican que tienen gastos mensuales inferiores a 500 soles, destinados al mantenimiento de su vivienda. Mientras que solo el 5.2% de la muestra indica tener gastos superiores a 500 soles. Los bajos gastos mensuales aumentan los ingresos familiares, aumentando su capacidad adquisitiva para poder solventar otros gastos familiares.

3.3.5. la educación

Tabla 3.5

Educación y formación

	<i>fi</i>	<i>hi</i>
SI	177	77.3 %
NO	52	22.7 %
Total	229	100 %

Nota: El 77.3% de los comerciantes indican que se vieron beneficiados por los ingresos obtenidos por el turismo en la educación familiar los cuales influyeron en una mejora de educación de sus familiares. Mientras que el 22.7% indican que el turismo no benefició su calidad educativa.

Tabla 3.6.

Educación y formación, grado académico

	<i>Fi</i>	<i>hi</i>
Secundaria	49	27.2 %
Técnico	50	27.8 %
Universitario Trunco	46	25.6 %
Universitario Titulado	35	19.4 %
Maestría o Especialización	0	0.0 %
Total	180	100 %

Nota: Un total de 177 comerciantes indicaron que el turismo impactó positivamente en la educación de sus familiares de los cuales el 27.2% alcanzaron el grado de instrucción de secundaria completa. El mayor porcentaje se presenta en el grado de técnico completo con un total de 27.8%. El 25.6% de los comerciantes indican que el máximo grado de instrucción educativa es de universitario trunco o bachiller, mientras que el 19.4% culminó sus estudios universitarios titulándose en sus carreras profesionales.

3.3.6. Estado de salud

Tabla 3.7

Estado de salud, Antes de ser comerciante en la ciudad de Otuzco

	<i>Fi</i>	<i>hi</i>
Posta medica / Farmacia	73	31.9 %
Hospital	150	65.5 %
Medico Particular	5	2.2 %
Clínica Particular	1	0.4 %
Total	229	100 %

Nota: La población comerciante de la ciudad de Otuzco, antes de tener su condición de comerciante acudían para su atención médica y familiar principalmente a un Hospital del Ministerio de Salud en un total del 65.5% mientras que un 31.9% acudía a posta médica o

a una farmacia directamente. Solo el 2.2% podía recurrir a un médico particular y el 0.4% acudía a una clínica particular para su atención médica.

Tabla 3.8

Estado de salud, Después de ser comerciante

	<i>Fi</i>	<i>hi</i>
Posta medica / Farmacia	21	9.2 %
Hospital	159	69.4 %
Medico Particular	34	14.8 %
Clínica Particular	15	6.6 %
Total	229	100 %

Nota: En postas médicas o farmacias bajó de un 31.9% a un 9.2%. Mientras que las atenciones médicas en Hospitales del Ministerio de Salud aumento de 65.5% a 69.4% teniendo una clara mejoría en su atención médica.

3.3.7. Seguridad personal

Tabla 3.9

Seguridad personal en la ciudad de Otuzco

	<i>Fi</i>	<i>hi</i>
No, sigue igual	156	68.1 %
Mejoro solo un poco	60	26.2 %
A mejorado	13	5.7 %
Ah mejorado bastante	0	0.0 %
Total	229	100 %

Nota: El 68.1% de los comerciantes indican que la seguridad pública no ha mejorado en lo absoluto, caso contrario, consideran que hay mucha más inseguridad a comparación de años anteriores y que es producto de la creciente demanda de turistas. Mientras que el 26.2% considera que la seguridad pública ha mejorado solo un poco debido a la implementación de más autoridades conocidas como ronderos.

3.3. Factores psicológicos

3.3.1. Bienestar subjetivo

Tabla 3.10

Estándares de vida en los comerciantes de Otuzco

<i>pregunta</i>	<i>f_i</i>	<i>h_i</i>
SI	163	71.2 %
NO	66	28.8 %
Total	229	100 %

Nota: Dentro del bienestar Subjetivo, la apreciación del estándar de vida de los comerciantes considera un 71.2% a favor que el estándar de vida ha mejorado mientras que un 28.8% consideran que el estándar de vida se mantiene igual o en parte consideran que caso contrario ha disminuido debido a problemas de inseguridad pública e ingresos.

3.3.2. Balance vida – trabajo

Tabla 3.11

Horas diarias destinadas al trabajo en los comerciantes en la ciudad de Otuzco

<i>horas</i>	<i>f_i</i>	<i>h_i</i>
de 1 a 4	10	4.4 %
de 4 a 8	85	37.1 %
más de 8	134	58.5 %
Total	229	100 %

Nota: El 58.5% de los comerciantes destinan más de 8 horas a sus trabajos, este dato se refleja en el rubro económico dominante, pues los negocios que conforman este rubro son de disponibilidad mayor a 12 horas diarias.

3.3.3. Compromiso cívico y la gobernanza

Tabla 3.12

Apoyo brindado de parte del gobierno a los comerciantes de la ciudad de Otuzco

<i>Pregunta</i>	<i>f_i</i>	<i>h_i</i>
SI	27	11.8 %
NO	202	88.2 %
Total	229	100 %

Nota: Los comerciantes de la ciudad de Otuzco consideran que las autoridades juegan un papel importante en la calidad de vida de sus habitantes. Por lo que el 88.2% considera que las autoridades no apoyan su condición de comerciante desaprobando completamente la gobernanza y su compromiso cívico. Mientras solo el 11.8% considera que se sienten apoyados por las autoridades para mejorar su condición de microempresario.

3.4. Factores ambientales

3.4.1. Calidad del medio ambiente

Tabla 3.12

Condición ambiental del aire

<i>Nivel de afectación</i>	<i>fi</i>	<i>hi</i>
Se vio muy afectado	117	51.1 %
No, sigue igual	87	38.0 %
A mejorado solo un poco	21	9.2 %
A mejorado	4	1.7 %
Total	229	100 %

Nota: El 51.1% de los comerciantes considera que la calidad el Aire se vio muy afectado debido a la constante emisión de gases tóxicos por parte de la creciente demanda de vehículos en la ciudad de Otuzco, mientras que el 1.7% considera que ha mejorado comparado a años anteriores.

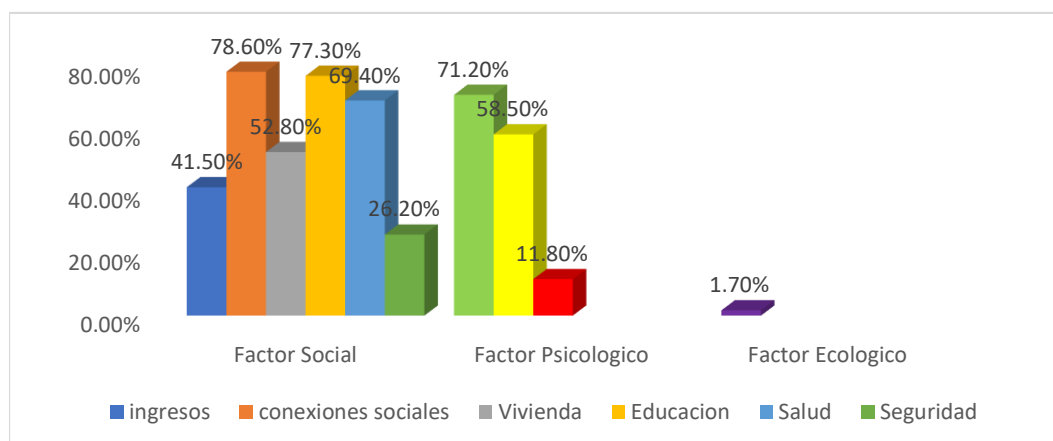
Tabla 3.13

Calidad del medio ambiente, Agua

<i>Nivel de afectación</i>	<i>fi</i>	<i>hi</i>
Se vio afectado	137	59.8 %
Sigue igual	75	32.8 %
A mejorado	17	7.4 %
Total	229	100 %

Nota: El 32.8% de los comerciantes considera que la calidad el agua se mantiene igual, mientras que el 7.4% considera que ha mejorado comparado a años anteriores. El 59.8% de los comerciantes considera que el agua se vio afectado debido a que el agua de consumo directo no es potable y se encuentra contaminada por los relaves minero presentes y a la mala implementación de la planta de tratamiento de agua pues no tiene la infraestructura adecuada.

Figura 3.1. Factores que determinan la calidad de vida en los comerciantes de la ciudad de Otuzco



En la figura 3.1. en el factor social resalta las conexiones sociales con 78.60 % indicando que el turismo tuvo un impacto positivo en la calidad de vida de los comerciantes, así mismo la educación con un 77.30% señalando que se vieron muy beneficiados con los ingresos en la educación de sus familiares. El factor psicológico: el bienestar subjetivo con 71.20 % indicando que su estándar de vida a mejorado gracias al turismo, balance vía trabajo con un 58.5% indicando que los comerciantes destinan mas de 8 horas al trabajo.

Contrastación de Hipótesis

El 78% de encuestados confirman el turismo ha generado un impacto positivo y significativamente en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco. El mayor porcentaje de ingresos familiares impulsados por el turismo está entre 1001 a 5000 soles ocupando un 71.2% de los encuestados. Mientras que las horas destinadas a trabajar tienen un mayor énfasis en más de 8 horas de labores dejando horas libres para dedicar a su familia y actividad personal. Las condiciones de salud han mejorado para los comerciantes ya que gracias a su actual condición empresarial tienen mayor acceso a hospitales y clínicas privadas para su atención médica. El 77.3% de los encuestados afirman que el turismo impacto positivamente en la educación de sus familiares obteniendo mayores escalas educativas.

Los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco son respectivamente los factores sociales; destacando como indicadores, conexiones sociales, seguridad personal, educación y formación, Estado de salud, la vivienda, los empleos y sueldos, las rentas y las riquezas por actividad comercial predominante. Los factores psicológicos; destacando como indicadores, el bienestar subjetivo, compromiso cívico y la gobernanza, y balance vida trabajo. Y los factores ambientales destacando como indicador a la calidad del medio ambiente.

IV

DISCUSSION

IV. Discusión

Los resultados obtenidos en este proyecto muestran que la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco, si bien es cierto a criterio personal, ha mejorado la calidad de vida en tanto a sus factores sociales mientras que sus factores ecológicos y sus factores psicológicos aún tienen mucho por mejorar. Los factores sociales como las conexiones sociales entre la población y su calidad de vida, la seguridad personal y pública, la educación y su óptima formación académica, el buen estado de salud, una vivienda digna familiar, contar con un empleo favorable a sus condiciones económicas, así también, acceder a buenos ingresos para la acumulación de riquezas patrimoniales, son indicadores que propician una calidad de vida óptima para los comerciantes de la ciudad de Otuzco, las cuales influyen positivamente.

Gran número de la muestra de estudio indican que la calidad de vida de los comerciantes ha mejorado formando un conexión social positiva entre los comerciantes de la ciudad de Otuzco. Mientras que la muestra restante que no está a favor sobre el efecto positivo en la calidad de vida de los comerciantes indican que el principal problema está en los ingresos obtenidos pues no son satisfactorios para cubrir sus necesidades , a estos añadimos las condiciones de vida que conllevan gracias a factores ecológicos y psicológicos que impactan de manera negativa como son la baja calidad del agua y aire, así también el desequilibrio que existe entre las horas empleadas en el trabajo y el tiempo de calidad de vida con la familia son factores determinantes para el desacuerdo en el efecto de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Un indicador importante para medir la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco es la seguridad personal, destacada principalmente por los sentimientos de seguridad al caminar, determinada como la seguridad pública. El 68.10 % de los comerciantes indican que la seguridad pública no ha mejorado en lo absoluto debido al aumento de turistas lo que conlleva a constantes asaltos a turistas, ciudadanos e incluso a comerciantes de la ciudad. La seguridad pública se tomó como un efecto negativo del turismo en los comerciantes de la ciudad de Otuzco, sin embargo, en los últimos meses las autoridades correspondientes a la seguridad ciudadana de la Municipalidad de Otuzco han implementado un buen número de agentes de seguridad los quienes contribuyen un gran apoyo a las rondas Otuzcanas para menguar la inseguridad mejorando la atención y

servicio a la comunidad de la ciudad de Otuzco. De las declaraciones tomadas de los comerciantes de la ciudad de la Otuzco muestran buenas expectativas para la mejora del servicio de seguridad personal los cuales fomentan un espíritu de tranquilidad y mejora en su calidad de vida.

El indicador de educación y la formación es importante para medir e influenciar positivamente en la calidad de vida de los microempresarios de la ciudad de Otuzco, el 77.30 % de los comerciantes de la ciudad de Otuzco indican que gracias a los ingresos obtenidos para la atribución del turismo ha mejorado la calidad de la educación en sus familiares. Tener una mejor educación ha impactado positivamente en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco, pues con ello han podido sobrellevar eficientemente sus negocios aumentando sus ingresos y mejorando su calidad de vida. La incidencia de la educación no solo se vio influenciado en los negocios familiares si no también en el desarrollo profesional. El 27.20 % de los comerciantes de Otuzco indican que sus familiares alcanzaron el grado de instrucción de secundaria completa. El mayor porcentaje se presenta se presenta en el grado de técnico completo con un total de 27.80 %. El 25.60 % de los comerciantes indican que el máximo grado de instrucción educativa es de universitario trunco o bachiller, mientras que el 19.40 % culminó sus estudios universitarios titulándose en sus carreras profesionales.

El estado de salud es la medida más utilizada para medir la calidad de vida, los resultados obtenidos por los comerciantes de la ciudad de Otuzco generan un desarrollo significativo para la mejora de la calidad de vida de su población, pues los comerciantes debido a su aumento en los ingresos debido a la creciente demanda de turismo ha cambiado su atención medica simple a una de mayor de complejidad pues gran parte de los comerciantes dejaron de atender sus necesidades de atención medica de farmacias o postas medicas cambiando a hospitales e incluso clínicas y médicos particulares, la diferencia es muy notoria rescatando un alto grado de mejora en el estado de salud reportado por los ciudadanos, su esperanza de vida ha mejorado considerablemente y la calificación de su salud ha sido muy satisfactoria. Es evidente que aún hay comerciantes que mantienen el mismo acceso de estado de salud, pues a criterio de cada uno, consideran que no tienen mayor necesidad de satisfacer un mejor servicio de salud pues no son recurrentes a tener enfermedades que requieran una atención médica especializada, esto se ve reflejado en las encuestas realizadas (estado de salud antes de ser comerciantes/ estado de salud después de ser comerciante) pues las atenciones médicas o farmacias bajó

de un 31.90 % a un 9.20 % , mientras que las atenciones médicas en hospitales del Ministerio de salud aumentó de 65.50 % a 69.40 % teniendo una clara mejoría en su atención médica.

Contar con una vivienda adecuada es uno de los aspectos más importantes en la vida de una persona. La vivienda es esencial para contar con una buena calidad de vida, así como también es importante poder satisfacer el costo de mantener la vivienda en óptimas condiciones para su adecuada satisfacción de calidad de vida. La muestra de estudio resalta que el 94.80 % de los comerciantes indican que tienen gastos por vivienda inferiores a 500.00 soles, las cuales son destinadas para el mantenimiento de su vivienda generando así un impacto positivo en la calidad de vida de sus habitantes. Así también se rescata que los hogares de los comerciantes de la ciudad de Otuzco gozan de los ambientes adecuados para satisfacer la necesidad de protección, privacidad y descanso de su familia integrante, aquello se ve reflejado en la muestra de estudio donde el 52.80 % cuentan de 1 a 3 personas en 2 habitaciones. Cubriendo estas necesidades primordiales la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco se ve garantizada con una visión a mejorar su condición en el transcurrir del tiempo.

El constante desarrollo de la demanda de turistas es un factor primordial para promover el empleo. El turismo ha promovido numerosos puestos de trabajo entre las cuales sobresalen las bodegas, así también se vio una gran influencia en el aumento de puesto de pan tanto ambulante como panaderías con puestos fijos. La venta de pan ha tenido gran aumento debido a la tradición Otuzcana en honor a la virgen de la puerta. Estos empleos tanto ambulantes como fijos han sido fuente de ingresos a numerosas familias, teniendo sueldos o ingresos competentes para mejorar sus condiciones de calidad de vida. El emprendimiento de nuevos empleos, así como la mejora de sus sueldos han condicionado positivamente a la mejora de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

El indicador de ingresos también tiene una participación muy importante dentro de la evaluación para mejorar la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco. Los ingresos obtenidos por cada actividad comercial recurrida en la ciudad de Otuzco maximizan los beneficios en acceder a una educación más educada, atención medica más especializada así también a satisfacer las necesidades básicas de la adquisición de bienes y servicios primordiales para facilitar la calidad de vida de su familia. Los comerciantes

de la ciudad de Otuzco perciben ingresos suficientes para cubrir gastos como son la canasta básica familiar decretada por el estado peruano. El percibir ingresos adecuados, facilita la adquisición de bienes patrimoniales familiares, los cuales pueden ser casas propias y dignas familiares, ahorros, vehículos para facilitar las condiciones de vida y trabajo entre otros patrimonios familiares. Las riquezas patrimoniales de los comerciantes de la ciudad de Otuzco priman principalmente por la propiedad de una casa propia, así también cuentan con vehículos de uso personal y trabajo para facilitar el transporte de sus miembros familiares. Otros bienes patrimoniales que priman en los comerciantes es la propiedad de terrenos de cultivo pues en casos es fuente de ingresos adicionales. El impacto del turismo en los ingresos de rentas para los comerciantes de la ciudad de Otuzco es altamente beneficioso para mejorar su calidad de vida.

Los factores psicológicos determinados por los indicadores de bienestar subjetivo sobre su estilo de vida, el compromiso cívico como participación ciudadana y su respaldo en la gobernanza de las autoridades correspondiente y el balance de tiempo entre vida y trabajo; son indicadores que bien es cierto no influyen positivamente en la perspectiva que se tiene sobre la calidad de vida de los comerciantes. El 71.20 % de los comerciantes de la ciudad de Otuzco indican que su calidad de vida ha mejorado en los últimos años y que el factor más relevante para lograrlo es la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco.

Los sentimientos actuales sobre la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco están influenciados principalmente por su positiva calificación hacia una mejora en su estándar de vida. Los comerciantes de la ciudad de Otuzco muestran un gran positivismo ante la cuestión de una mejora en su estándar de vida, consideran que los ingresos en conjunto con una mejor seguridad pública, resguardan sus intereses personales mejorando su estándar de vida. Una pequeña parte de la muestra rescata que aún queda mucho por mejorar, por lo que se concluye que el impacto sobre la percepción sobre un estilo de vida adecuado, es positivo.

La ciudadanía en su conjunto desapruueba altamente el compromiso de gobernanza de las autoridades locales, los cuales siendo un factor que impacta negativamente en la calidad de vida de los comerciantes, no tiene mayor influencia. El 88.20 % de los comerciantes de la ciudad de Otuzco consideran que no reciben apoyo por parte del gobierno siendo así el blanco de desconfianza empresarial en el cual los propios comerciantes de la ciudad de Otuzco manifiestan su desconformidad a las actuales labores por su parte, pero como

punto de superación, no han permitido que este forme parte de un obstáculo, el cual ha sido superado satisfactoriamente.

El factor ecológico está influenciado directamente por la calidad del medio ambiente, entre los indicadores correspondientes esta la calidad del agua y la calidad del aire. En contraste a la realidad de su condición de la ciudad de Otuzco como parte de la sierra liberteña, la calidad del aire y del agua ha sido degradada a gran escala. El 51.10 % de los comerciantes de la ciudad de Otuzco manifiestan que la calidad del aire cada vez se ve más contaminada, esto se debe a la creciente población y el aumento de gases tóxicos emitidos por la creciente cantidad de vehículos motorizados presentes en la ciudad de Otuzco, por lo que los comerciantes de la ciudad de Otuzco muestran su insatisfacción de la calidad de aire como factor para mejorar su calidad de vida. Adicionalmente la calidad de agua se ha visto perjudicada a gran escala pues el 59.80 % de la muestra de estudio manifiestan que el agua consumida por la población, no es de origen potable. El agua ha sido fuertemente contaminada por relaves mineros aledaños a la ciudad lo cual ha generado que la calidad del agua sea una influencia negativa para la mejora de la calidad de vida de los comerciantes de Otuzco.

V.
CONCLUSIONES

V. Conclusiones

Se determinó la existencia de 3 factores primordiales en la calidad de vida; los factores sociales, los factores psicológicos y los factores ecológicos.

Los resultados obtenidos en función a los objetivos estudiados demuestran la mayor influencia de los factores sociales como determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la calidad de vida de Otuzco, las cuales están caracterizados principalmente por sus sub variables como; los ingresos en un 41.50 % muestran que sus ingresos mantienen ingresos de 1000.00 a 2000.00 soles, los empleos en las cuales sobresalen las bodegas y venta de pan, la vivienda el 52.80 % cuentan de 1 a 3 personas con 2 habitaciones destinadas como dormitorio, estado de salud y la educación el 77.30 % de los comerciantes indican que han sido beneficiados por los ingresos obtenidos por el turismo en la educación familiar.

Mientras que los factores psicológicos, y ecológicos, muestran un impacto negativo en los comerciantes de la ciudad de Otuzco. Dentro de los factores psicológicos: Balance vida trabajo con 58.50 % aseguran que destinan al trabajo mas de 8 diarias, y compromiso cívico y gobernanza con 88.20 % indican que no reciben apoyo por parte del gobierno como comerciante. Los factores ecológicos: calidad del medio ambiente con un 51.10 % aseguran que se vio muy afectado la condición del aire y con un 59.80 % aseguran que la el agua se vio muy afectado debido a derrames de sustancias de la minería.

VI. RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

Aplicar el estudio de calidad de vida en ciudades de mayor tamaño y de mayor influencia en el Perú para identificar zonas de calidad de vida baja y aplicar políticas para su desarrollo social, psicológico y ecológico.

Implementar políticas de apoyo social para la comunidad de Otuzco como medida de solución para la mejora de la calidad de vida, debido a que el turismo es la principal fuente de ingreso de los comerciantes en la ciudad de Otuzco, se recomienda diversificar fuentes de ingreso para así aumentar sus ingresos y por ende su calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Realizar políticas de mejora ambiental para mejorar la calidad del agua y aire en la ciudad de Otuzco.

VII.

PROPUESTA

VII. Propuesta

La evidencia obtenida por los resultados indica que la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco se encuentra directamente influenciada por el turismo y a medida que la demanda de turismo decae por factores estacionales de turismo religioso o turístico, la calidad de vida de los comerciantes decae al igual que la demanda de turismo.

Por lo que una propuesta de solución ante la problemática de dependencia de la calidad de vida de los comerciantes al turismo, es fomentar otras fuentes de trabajo e ingreso con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Objetivo General

Diversificar las fuentes de ingreso para los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Objetivos específicos

Analizar otras fuentes de trabajo o ingreso en los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

Plan de mejora

Se plantea el siguiente plan de acción para poder diversificar las fuentes de ingreso de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

ANTES:

- **Capacitación a los comerciantes:** se planea realizar reuniones dos veces por semana con los comerciantes de la ciudad de Otuzco, en donde se tocará los siguientes temas:

Importancia de poder diversificar otras fuentes de ingreso.: en donde se hablará sobre la importancia de crear nuevas fuentes de ingresos y no depender básicamente del turismo debido a una posible disminución de la demanda presentada en la ciudad de Otuzco.

Importancia del ahorro: es necesario enseñarles sobre el valor del ahorro, ya que gracias a ello se puede tener grandes capitales, y lograr muchos negocios.

Presentación de videos de testimonios de grandes emprendedores: En esta capacitación se estimulará a los comerciantes con testimonios de grandes emprendedores y así lograr que el comerciante amplíe su capacidad empresarial.

Importancia de trabajar en equipo: es tema es de vital importancia ya que

permitirá que los comerciantes de la ciudad de Otuzco incrementen su perspectiva empresarial para llegar a exportar sus productos, pues la unión hace la fuerza.

- **Búsqueda de otras fuentes de ingreso para los comerciantes:**

La importancia de la agricultura,

La ganadería.

La industrialización a productos lácteos.

La agricultura es necesario fomentar el cultivo de las tierras, asimismo mejorar los pastizales para aumentar la productividad en la ganadería para luego dar lugar a la industrialización de productos lácteos.

DURANTE.

Se propone la creación de una empresa identificada como Ganadería Lechera y transformación de derivados lácteos en la ciudad de Otuzco, en donde estará conformado por socios dueños de terrenos agrícolas para un buen funcionamiento de la empresa, y así aseguraremos la materia prima. Se dará un seguimiento técnico a los pastizales y al ganado vacuno y así garantizaremos una leche fresca de alta calidad, que serán utilizados para la elaboración de yogurt y quesos. Cabe señalar que para dar inicio a este proyecto será necesario obtener el aporte económico de cada socio.

Nuestro mercado estaría orientado a los supermercados de la ciudad de Trujillo y Lima, ya que contara con una alta calidad.

DESPUES

Realizar mantenimientos a la planta procesadora cada tres meses, asimismo contar con un equipo técnico para verificar el estado de nuestro ganado vacuno.

VIII.

REFERENCIAS

VIII. Referencias

- Astudillo, D (2015). *Diagnóstico de la tradicional procesión marítima de la virgen del mar como atractivo potencial de turismo religioso en el barrio la Carioca del Cantón La Libertad* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del Turismo*. México: Trillas.
- Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cconocc, D (2015). *El patrimonio religioso como recurso para el desarrollo del turismo religioso en el centro histórico de Ayacucho – 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo.
- Cabrera, M (2016). *Estudio para la implementación de una ruta turística religiosa católica en el Cantón Quevedo año 2016* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Caicedo, J (2013). *Creer y consumir: La industria del turismo religioso en Guadalajara de Buga* (Tesis de pregrado). Universidad del Valle, Santiago de Cali.
- Gil, H & Portilla, J (AÑO). *Parte I: Conceptos económicos básicos*. En A.A
- Martínez, R (2012). *Turismo espiritual II una visión iberoamericana*. México:
- Maldonado, C (2006) *Turismo y comunidades indígenas: impactos pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Ginebra, Suiza: Organización internacional del trabajo 2006.
- Panosso, A &Lohmann Guilherme. (2012). *Teoría del Turismo: Conceptos, Modelos y Sistemas*, México: Trillas. (marco teórico 2)
- Serrallonga, S &HakobyanKarine (2011). *Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya*. *Revista Iberoamericana de turismo*. Recuperado de <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- Gil, H & Portilla, J (AÑO). *Parte I: Conceptos económicos básicos*. En A.A

Martínez, R (2012). Turismo espiritual II una visión iberoamericana. México:

Maldonado, C (2006) *Turismo y comunidades indígenas: impactos pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Ginebra, Suiza: Organización internacional del trabajo 2006.

ANEXOS

I. Anexos

Anexo 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: Factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES/DIMENSIONES E INDICADORES	POBLACIÓN	METODO	TECNICAS E INSTRUMENTOS	ANTECEDENTES
¿Cuáles son los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018?	General Identificar los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018.	Variable Factores de la calidad de vida. Dimensiones Factor social. Indicadores Condición actual de la C.V. Mejora en la seguridad pública. Mayor logro en la educación. Atención médica. Habitaciones por persona. Empleos. Ingresos percibidos. Dimensión Factor psicológico Indicadores Condición de estándar de vida. Participación de autoridades. Horas dedicadas al trabajo. Dimensión Factor ecológico Indicadores Calidad del agua y aire.	Comerciantes de la ciudad de Otuzco.	Nivel de Investigación Aplicada, investigación basada en teorías. Diseño de Investigación Descriptiva, por recolectar información acerca de la calidad de vida de los comerciantes de Otuzco. De acuerdo a la temporalidad Corte Transversal, porque no se manipulo ninguna variable.	Técnica Encuesta Instrumentos Cuestionario	Valiente (2018) “Turismo competitivo y calidad de vida en el distrito de Tucume – Provincia de Región Lambayeque” Gaybor (2014) “Análisis situacional del potencial turístico del cantón Montalvo para desarrollar una propuesta de turismo religioso local que mejore la calidad de vida de sus pobladores” Espinoza (2013) “Percepción del desarrollo turístico y la calidad de vida. Caso “CHACALA” en la Riviera de Nayarit”
HIPOTESIS	Específicos		MUESTRA			
Los factores determinantes de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018 son: factores sociales, psicológicos y ecológicos.	Analizar los factores sociales en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico. Analizar los factores psicológicos en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico. Analizar los factores ecológicos en la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco como destino turístico al 2018.		229 comerciantes de la ciudad de Otuzco.			

FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OTUZCO COMO DESTINO TURISTICO AL 2018

Encuesta dirigida a los microempresarios de la ciudad de Otuzco, con el fin de determinar el impacto del turismo en su calidad de vida.

Nombre: _____

1.- A qué se dedica su negocio: _____

2.- ¿Considera que el turismo genera un impacto positivo en su calidad de vida?

a) Si

b) No

3.- Sus ingresos familiares mensuales aproximados son:

a) 1 – 500 soles

b) 501 – 1000 soles

c) 1001 – 2000 soles

d) 2001 – 5000 soles

e) más de 5000 soles

4.- En su familia actualmente posee (Marque con un x las alternativas que posee)

Casa Alquilada

Casa Propia

Vehículos de uso Personal

Vehículos de uso con Fines de Negocio

Terrenos o chacras de cultivo

Ahorros en entidades Financieras

5.- Actualmente en su vivienda, ¿cuántas habitaciones por persona usa?

1 habitación 2 habitaciones 3 habitaciones Más de 3

De 1 a 3 personas

Más de 3 personas

6.- Gastos estimados mensuales promedio que destina a su vivienda, incluyendo servicios.

a) de 1 a 500 soles

b) de 500 a más.

7.- Cuantas horas diarias destina a su trabajo.

a) a 1 a 4 horas diarias.

b) de 4 a 8 horas diarias.

c) más de 8 horas diarias.

8.- Antes de su condición como microempresarios ¿En dónde acude por su atención medica?

a) Posta Medica / Farmacia / Naturista

- b) Hospital del Ministerio de Salud
- c) Medico Particular en Consultorio (Solo Consulta)
- d) Medico Particular en Clínica Privada.

9.- Actualmente en su condición como microempresarios ¿En dónde acude por su atención medica?

- a) Posta Medica / Farmacia / Naturista
- b) Hospital del Ministerio de Salud
- c) Medico Particular en Consultorio (Solo Consulta)
- d) Medico Particular en Clínica Privada.

10.- A criterio personal. Considera que los ingresos obtenidos por el Turismo en la ciudad de Otuzco genero un impacto positivo en la educación personal y de su familia.

- a) Si
- b) No

10.1.- Si su respuesta fue SI, Cuál es el mayor logro o escala educativa presente en su familia.

- a) Secundaria Completa.
- b) Técnico titulado.
- c) Universitario trunco o bachiller.
- d) Universitario Titulado.
- e) Maestría o especialización.

10.2.- Considera que la situación educativa de su familia mejoro gracias a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco.

- a) Si
- b) No

11.- A criterio personal. Considera que su estándar de vida ha mejorado gracias a la creciente demanda de Turismo en la ciudad de Otuzco.

- a) Si
- b) No

12.- Debido a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco, usted considera que el medio ambiente se vio afectado o no, en los últimos años:

- a) Se vio muy afectado
- b) No, sigue igual
- c) A mejorado solo un poco
- d) A mejorado

13.- Con respecto a la seguridad pública, ¿Considera que el turismo tuvo un impacto positivo?

- a) No, sigue igual
- b) Mejoro solo un poco
- c) A mejorado
- d) A mejorado bastante.

14.- Considera que el medio ambiente con respecto al agua y el aire en la Ciudad de Otuzco se vio afectada debido a la creciente demandas de turismo.

El aire:

- a) Se vio afectado
- b) sigue igual
- c) A mejorado

El agua:

- a) Se vio afectado
- b) sigue igual
- c) A mejorado

15. Considera que el Gobierno de la Republica del Perú ha efectuado leyes apropiadas para apoyar su situación como microempresario.

- a) si
- b) No

Anexo 03

Base de datos

	Pregunta 1	Preg. 2	Preg.3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 6	Preg. 7	Preg. 8	Preg. 9	Preg. 10	Preg 10.1	Preg. 10.2	Preg. 11	Preg. 12	Preg. 13	Preg. 14.1	Preg. 14.2	Preg. 15
Encuesta 1	VENTA DE PAN	A	D	BYF	B	A	C	B	D	A	B	A	A	C	A	B	B	B
Encuesta 2	VENTA DE PAN	A	C	BYE	B	A	C	B	D	A	A	A	A	B	A	B	C	B
Encuesta 3	VENTA DE CEVICHE	A	C	BYF	B	A	B	A	B	A	A	A	A	B	A	B	C	B
Encuesta 4	VENTA DE ROPA	A	A	AYF	C	A	C	B	B	B			B	B	A	B	B	B
Encuesta 5	VENTA DE PELICULAS	B	C	A	A	A	B	A	B	B			B	B	A	A	B	B
Encuesta 6	VENTA DE CALZADO	A	C	BYF	B	A	B	B	D	A	A	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 7	VENTA DE PAN	B	A	AYF	C	A	C	B	C	A	B	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 8	VENTA DE ROPA	A	D	A	B	A	C	B	B	B			B	A	A	A	B	B
Encuesta 9	VENTA DE CEVICHE	A	B	AYF	A	A	B	B	D	A	C	A	A	A	C	A	B	B
Encuesta 10	VENTA DE CALZADO	B	B	A	B	A	B	B	B	B			A	A	A	A	B	A
Encuesta 11	VENTA DE PAN	A	A	BYF	A	A	C	B	B	A	A	A	A	A	A	B	C	B
Encuesta 12	VENTA DE PAN	A	D	B	B	A	C	B	B	A	B	A	A	C	A	B	A	B
Encuesta 13	VENTA DE PAN	A	A	A	A	A	C	A	A	B			B	C	B	A	B	B
Encuesta 14	VENTA DE CAÑA	A	C	B	B	A	B	A	B	A	A	A	B	C	A	B	B	B
Encuesta 15	VENTA DE PAN	A	C	BYF	B	A	C	B	D	A	B	A	B	B	A	B	B	B
Encuesta 16	BODEGA	A	B	B	H	A	C	B	B	A	D	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 17	BODEGA	A	D	B, CY F	G	A	C	A	B	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 18	VENTA DE VERDURAS	B	B	B	B	A	C	B	D	B			B	A	A	B	A	B
Encuesta 19	BAZAR	A	B	B	C	A	A	B	B	A	C	A	B	A	A	A	B	A
Encuesta 20	BODEGA	A	B	B	B	A	C	B	C	A	B	A	A	A	A	A	A	B

Encuesta 21	BODEGA	B	D	B, E Y F	F	A	C	B	B	B			B	B	B	B	B	B
Encuesta 22	BODEGA	B	B	BYF	C	A	B	B	B	A	A	A	A	C	A	A	A	B
Encuesta 23	RESTAURANTE	A	C	AYF	B	A	C	B	B	A	A	A	A	B	A	A	B	B
Encuesta 24	RESTAURANTE	B	C	B	C	A	C	B	B	A	B	A	A	C	A	B	B	B
Encuesta 25	BODEGA	A	D	AYF	B	A	C	B	B	A	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 26	FARMACIA	A	C	BYF	C	B	C	A	D	A	A	A	A	C	A	B	B	B
Encuesta 27	FERRETERIA	B	D	BYD	B	A	B	A	D	A	A	A	B	B	A	B	B	B
Encuesta 28	VENTA DE ROPA	A	B	B	B	A	B	B	B	A	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 29	NATURISTA	A	D	AYF	C	A	B	B	C	A	B	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 30	BAZAR	A	C	AYF	G	A	C	B	D	B			A	B	B	B	B	B
Encuesta 31	COSTURERA	A	C	A	B	A	C	B	C	A	A	A	B	B	A	A	A	B
Encuesta 32	BODEGA	A	C	BYF	C	A	C	B	B	A	D	A	B	B	B	B	A	A
Encuesta 33	LIBRERÍA	A	A	B	B	A	C	B	B	A	A	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 34	VENTA DE ROPA	A	D	AYF	B	A	B	B	B	B			A	B	B	B	B	B
Encuesta 35	VENTA DE PAN	B	C	BYF	B	A	C	B	B	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 36	BODEGA	A	D	A	C	A	C	A	B	A	C	A	A	B	A	A	A	B
Encuesta 37	VENTA DE SALCHIPOLLO	A	D	A	C	A	B	A	B	A	A	A	A	A	A	B	B	B
Encuesta 38	BODEGA	A	D	B	B	A	C	B	B	A	B	A	A	A	A	B	B	B
Encuesta 39	VENTA DE PAN	A	D	AYE	B	A	C	B	B	A	B	A	A	A	A	A	B	B
Encuesta 40	VENTA DE SALCHIPOLLO	A	C	B	C	A	B	A	B	A	A	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 41	VENTA DE TAMALES	B	C	BYC	C	A	B	B	B	A	C	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 42	VENTA DE SALCHIPOLLO	A	A	A	B	A	B	B	B	A	A	A	A	B	B	B	B	B
Encuesta 43	VENTA DE MENÚ	A	B	B	B	A	B	B	B	A	A	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 44	VENTA DE PAN	A	B	CYF	B	A	C	B	C	A	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 45	VENTA DE PLASTICOS	B	B	B	B	A	C	B	B	B			B	C	A	C	C	B
Encuesta 46	PANADERIA	A	C	BYC	C	A	C	A	B	B			A	B	A	A	A	B
Encuesta 47	BOTICA	A	B	AYF	B	A	C	A	C	A	A	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 48	VENTA DE SALCHIPOLLO	A	C	B	B	A	A	B	B	A	A	A	A	A	A	A	A	B

Encuesta 49	FARMACIA	A	C	A	D	B	B	B	B	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 50	BODEGA	A	C	B	B	A	C	A	A	A	D	A	A	D	C	B	B
Encuesta 51	VENTA DE SALCHIPOLLO	B	B	A	C	A	B	B	B	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 52	VENTA DE ROPA	B	B	A Y F	A	A	B	B	B	A	C	A	B	A	A	A	B
Encuesta 53	VENTA DE ROPA	A	C	B, C Y F	C	A	C	A	B	A	C	A	A	A	A	A	B
Encuesta 54	ARTESANIA	B	A	A	B	A	C	B	B	A	B	A	B	A	A	A	B
Encuesta 55	BODEGA	A	D	B, C Y F	C	B	B	B	B	A	A	A	A	A	B	B	C
Encuesta 56	ARTESANIA	A	C	A Y E	C	A	C	B	B	B			B	B	A	A	B
Encuesta 57	ARTESANIA	A	C	A	C	A	C	B	C	B			A	B	B	B	B
Encuesta 58	VENTA DE HELADOS	A	B	B Y E	A	A	C	A	B	A	A	A	A	C	A	B	B
Encuesta 59	VENTA DE CAÑA	A	B	A	B	A	B	B	D	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 60	AGRICULTOR	A	C	B Y E	B	A	C	A	B	A	B	A	A	A	A	A	B
Encuesta 61	VENTA DE HELADOS	A	C	B Y D	B	A	B	A	B	B			A	A	A	A	B
Encuesta 62	RESTAURANTE	B	C	B Y F	C	A	A	B	B	A	B	A	B	B	A	B	B
Encuesta 63	VENTA DE ROPA	A	C	B	B	A	C	A	B	A	C	A	A	C	B	C	B
Encuesta 64	VENTA DE ROPA	A	C	A Y D	B	A	C	B	D	A	C	A	A	B	A	B	B
Encuesta 65	BODEGA	A	C	B	G	A	C	A	B	A	D	A	A	A	A	B	B
Encuesta 66	BODEGA	A	D	B Y F	F	B	B	B	B	B			A	B	A	A	B
Encuesta 67	BODEGA	A	D	A Y F	F	A	B	B	C	A	A	A	A	B	B	B	B
Encuesta 68	VENTA DE PAN	A	C	B	B	A	C	B	B	A	A	A	A	D	A	B	C
Encuesta 69	VENTA DE PAN	A	C	B	A	A	C	B	B	A	B	A	A	D	C	B	A
Encuesta 70	BODEGA	A	B	B	C	A	C	B	B	A	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 71	BODEGA	A	B	A	C	A	B	B	B	A	D	A	A	A	A	B	B
Encuesta 72	ARTESANIA	A	A	A	A	A	C	A	A	B			A	D	C	B	A
Encuesta 73	ARTESANIA	A	C	B	B	A	C	A	B	A	B	A	A	C	A	B	B
Encuesta 74	ARTESANIA	A	A	A	D	A	C	B	B	A	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 75	ARTESANIA	A	B	A	F	A	C	B	B	A	A	A	A	B	B	B	B

Encuesta 76	ARTESANIA	A	B	A	C	A	C	B	C	A	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 77	ARTESANIA	A	D	B	G	A	C	B	B	A	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 78	ARTESANIA	A	C	BYF	B	A	C	B	B	A	A	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 79	ARTESANIA	A	D	BYC	C	A	C	B	C	A	B	A	A	C	B	B	C	B
Encuesta 80	BODEGA	A	C	BYF	B	A	B	B	B	A	C	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 81	BODEGA	A	D	B	B	A	C	B	B	A	D	A	B	A	B	A	A	B
Encuesta 82	VENTA DE PAN	A	D	BYD	C	A	B	B	B	A	C	A	A	A	A	A	A	A
Encuesta 83	BODEGA	A	D	B, D Y E	C	A	C	B	B	A	B	A	A	C	A	B	C	B
Encuesta 84	VENTA DE VERDURAS	B	A	A	B	A	B	A	B	B			B	B	A	B	B	B
Encuesta 85	VENTA DE DESAYUNOS	A	C	B	B	A	B	B	D	A	D	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 86	VENTA DE VERDURAS	A	C	BYE	B	A	B	B	B	A	B	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 87	VENTA DE PAPAS	A	D	BYF	C	B	C	B	B	A	D	A	A	C	A	B	C	B
Encuesta 88	VENTA DE ABARROTÉS	A	D	B, C Y F	C	A	B	B	B	A	D	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 89	VENTA DE DESAYUNOS	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 90	LIBRERÍA	A	D	B, E Y F	F	A	C	A	B	A	C	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 91	RESTAURANTE	A	D	B, E Y F	G	A	C	B	B	A	D	A	A	B	C	B	A	B
Encuesta 92	VENTA DE EMOLIENTE	B	B	B	B	A	A	A	A	A	D	A	B	B	B	A	A	B
Encuesta 93	VENTA DE FRUTA	A	D	B, D Y F	C	A	C	B	B	A	D	A	B	A	C	A	A	B
Encuesta 94	VANTA DE BISUTERIA	B	A	B	C	A	A	A	B	A	B	A	B	A	B	A	A	B
Encuesta 95	VENTA DE FRUTA	A	C	B	B	A	B	C	C	A	C	A	A	C	A	B	C	B
Encuesta 96	VENTA DE FRUTA	A	C	A Y F	B	A	B	A	B	A	C	A	A	B	B	B	A	B
Encuesta 97	VENTA DE ALFALFA	A	C	A Y F	B	A	B	A	B	B	B	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 98	VENTA DE VERDURAS	A	C	BYE	B	A	B	B	B	A	C	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 99	VENTA DE VERDURAS	B	A	B	A	A	B	A	A	B			B	A	A	B	A	B
Encuesta 100	VENTA DE MAÍZ	A	C	A Y F	A	A	C	B	B	A	A	A	A	B	B	B	B	B

Encuesta 101	VENTA DE CALZADO	A	C	A Y E	B	C	A	A	B	A	B	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 102	VENTA DE ROPA	A	B	B	A	A	C	B	B	A	C	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 103	VENTA DE ROPA	B	B	A Y B	A	A	B	A	A	A	A	A	A	A	C	A	A	B
Encuesta 104	VENTA DE JUGOS	B	A	A	A	A	A	A	A	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 105	VENTA DE JUGOS	B	B	A	B	A	B	A	A	A	A	A	B	B	B	B	B	B
Encuesta 106	VENTA DE POLLO	A	D	A Y B	B	B	C	B	D	A	C	A	A	B	B	B	A	B
Encuesta 107	VENTA DE CARNE	A	C	A Y C	A	A	B	A	B	A	A	A	A	B	B	B	A	B
Encuesta 108	VENTA DE PLASTICOS	A	D	A, B Y F	A	A	C	B	B	A	B	A	B	B	B	A	A	B
Encuesta 109	RESTAURANTE	A	C	A Y E	A	A	B	A	A	B			B	B	B	B	B	B
Encuesta 110	VENTA DE MOLIDOS	B	A	A	A	A	A	A	A	B			B	B	A	B	A	B
Encuesta 111	MOTOTAXI	A	C	B, D, E Y F	A	A	B	A	A	B			A	B	A	B	B	B
Encuesta 112	MOTOTAXI	B	C	B Y D	B	A	C	B	B	A	A	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 113	MOTOTAXI	A	C	A, B Y D	B	A	C	B	B	A	B	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 114	MOTOTAXI	B	A	A Y D	A	A	B	A	A	B			A	A	A	A	A	B
Encuesta 115	MOTOTAXI	A	D	B, D, E Y F	B	A	C	A	B	A	A	A	A	B	A	B	A	B
Encuesta 116	MOTOTAXI	A	D	B, C, D Y F	B	A	C	A	C	A	B	A	B	A	B	B	A	B
Encuesta 117	MOTOTAXI	A	C	B, D Y E	G	A	C	B	B	B			B	B	B	B	A	B
Encuesta 118	MOTOTAXI	A	C	B Y D	B	A	C	B	B	A	C	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 119	MOTOTAXI	A	D	B, C, D Y F	B	A	C	B	B	B			A	A	A	B	A	B

Encuesta 120	MOTOTAXI	A	C	A Y D	B	A	B	B	B	A	B	A	A	A	A	A	B	
Encuesta 121	MOTOTAXI	A	C	B, C Y D	B	A	C	B	D	A	C	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 122	MOTOTAXI	B	A	B Y D	A	A	B	B	B	A	C	A	A	B	A	B	A	B
Encuesta 123	MOTOTAXI	A	C	B, C Y E	B	A	B	B	B	A	C	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 124	MOTOTAXI	A	D	A, D, E Y F	B	A	B	B	B	A	C	A	B	B	A	B	A	B
Encuesta 125	EMOLIENTES	B	A	A	A	A	B	A	A	B			B	B	A	B	B	B
Encuesta 126	TECNICO ELECTRICO	A	D	B Y F	B	A	C	B	B	A	B	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 127	VENTA DE PAPAS	B	B	A	B	A	C	A	B	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 128	VENTA DE PAPAS	A	B	A Y C	A	A	C	C	C	B			A	B	A	B	B	B
Encuesta 129	PASTELERIA	A	C	B Y D	B	A	C	A	B	A	D	A	A	A	B	B	A	B
Encuesta 130	PASTELERIA	A	D	B Y C	B	A	B	B	B	A	C	A	A	B	B	B	B	B
Encuesta 131	VENTA DE ELECTRODOMESTICOS	A	D	B Y C	B	A	B	B	B	A	C	A	A	B	A	B	B	A
Encuesta 132	BODEGA	A	C	B Y C	C	A	B	B	B	A	D	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 133	PASTELERIA	A	D	B, C Y D	B	A	B	B	B	A	D	A	A	B	B	A	A	B
Encuesta 134	BODEGA	A	D	B, C, E Y F	B	A	B	B	B	A	C	A	A	B	A	B	A	B
Encuesta 135	VENTA DE ELECTRODOMESTICOS	A	C	B Y C	B	A	C	B	B	A	D	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 136	RESTAURANTE	A	D	B	B	A	B	A	C	A	C	A	A	B	A	A	A	B
Encuesta 137	FARMACIA	A	D	B, C Y F	B	A	C	C	D	A	D	A	A	B	B	A	A	B
Encuesta 138	BODEGA	A	C	B Y C	B	A	C	B	B	A	B	A	A	B	A	B	A	A

Encuesta 139	FARMACIA	A	C	B, D Y E	B	A	B	B	B	A	C	A	A	C	A	C	B	B
Encuesta 140	TECNICO ELECTRICO	B	B	B	B	A	C	A	B	A	B	A	B	A	A	A	A	A
Encuesta 141	BODEGA	A	C	B	C	A	B	B	C	A	B	A	A	A	B	B	A	A
Encuesta 142	ARTESANIA	A	C	B Y C	B	A	C	B	C	A	C	A	A	B	C	B	A	B
Encuesta 143	VENTA DE HIERVAS	A	D	B Y E	C	A	C	C	C	A	C	A	A	A	A	B	A	A
Encuesta 144	PIÑATERIA	A	C	B Y D	G	A	B	B	B	A	D	A	A	A	A	A	A	A
Encuesta 145	BODEGA	A	D	B Y D	C	A	B	C	C	A	D	A	A	C	A	C	C	B
Encuesta 146	NATURISTA	B	C	B Y D	C	A	C	B	B	B			B	B	A	B	B	A
Encuesta 147	MOTOTAXI	A	C	B, C Y D	B	A	C	B	B	A	B	A	A	B	A	B	A	B
Encuesta 148	VENTA DE ELECTRODOMESTICOS	A	C	B Y C	B	A	C	A	B	A	D	A	A	B	C	B	A	B
Encuesta 149	FERRETERIA	A	D	B Y F	B	A	C	B	B	A	B	A	A	A	B	B	A	B
Encuesta 150	RESTAURANTE	A	D	B, E Y F	F	A	C	B	C	A	B	D	A	A	A	A	A	B
Encuesta 151	RESTAURANTE	A	D	B Y E	G	A	C	B	B	A	D	A	A	A	B	A	A	A
Encuesta 152	TRANSPORTISTA PARTICULAR	B	C	B, D Y E	B	A	B	A	B	B			B	B	B	B	B	A
Encuesta 153	TRANSPORTISTA PARTICULAR	A	B	A Y D	B	A	B	A	B	A	B	A	A	A	B	B	A	A
Encuesta 154	TRANSPORTISTA PARTICULAR	A	C	B, D Y F	B	A	B	A	B	A	C	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 155	BAR-RESTAURANTE	B	C	B Y D	B	A	C	B	B	B			B	B	A	B	B	A
Encuesta 156	BODEGA	A	D	B, C Y D	B	A	C	B	B	A	B	A	B	C	A	C	C	B
Encuesta 157	VENTA DE VERDURAS	B	C	B Y C	B	A	B	B	C	B			B	B	A	A	A	A

Encuesta 158	VENTA DE VERDURAS	A	D	B, C Y F	G	B	C	A	C	A	D	A	A	B	C	B	A	B
Encuesta 159	BAZAR	A	C	BYC	B	A	B	A	B	A	C	A	A	B	B	A	A	B
Encuesta 160	BODEGA	B	C	A	B	A	B	B	B	B			B	A	A	A	A	A
Encuesta 161	VENTA DE VERDURAS	A	C	BYD	C	A	B	B	B	A	C	A	A	B	A	A	A	B
Encuesta 162	VENTA DE PAPAS	A	C	BYC	G	A	C	B	B	A	C	A	A	A	A	B	A	A
Encuesta 163	VENTA DE CARNE	A	D	BYE	C	A	B	B	B	A	B	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 164	AGRICULTOR	B	A	B	B	A	A	A	A	B			B	B	A	B	B	B
Encuesta 165	VENTA DE JUGOS	A	D	B, E Y F	C	A	C	A	A	A	B	A	B	A	C	B	A	B
Encuesta 166	VENTA DE JUGUETES	A	D	BYE	C	A	B	D	C	A	C	A	B	A	A	B	A	B
Encuesta 167	VENTA DE PAN	A	D	BYD	B	A	C	B	B	A	D	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 168	BODEGA	A	D	B	B	A	C	B	B	B			B	B	A	A	B	B
Encuesta 169	VENTA DE VERDURAS	B	B	B	D	A	B	B	B	A	A	A	B	A	B	A	A	B
Encuesta 170	VENTA DE LEGUMBRES	A	C	A	B	A	C	A	B	A	A	A	A	A	B	B	B	B
Encuesta 171	VENTA DE ANIMALES	A	D	B	F	A	B	B	C	A	B	A	A	B	A	A	A	B
Encuesta 172	VENTA DE POLLO	A	C	B	C	A	C	B	B	A	C	A	A	A	A	A	C	B
Encuesta 173	VENTA DE POLLO	A	C	A	B	A	C	B	B	B			A	A	A	A	A	B
Encuesta 174	VENTA DE CELULARES	B	C	B	C	A	B	A	A	B			B	B	B	A	B	B
Encuesta 175	RADIO ELECTRONICO	A	D	B	C	A	C	B	B	A	B	A	A	A	A	A	B	B
Encuesta 176	RADIO ELECTRONICO	A	D	A	B	A	C	B	B	A	D	A	A	C	B	B	B	B

Encuesta 177	RELOJERO	A	B	B	G	A	B	A	B	A	A	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 178	VENTA DE ZAPATOS	B	C	A	C	A	C	B	B	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 179	MECANICO	A	D	B	C	A	C	A	C	A	B	A	A	A	A	B	B	B
Encuesta 180	MECANICO	A	E	B	H	B	C	B	C	A	D	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 181	MECANICO	A	C	B	C	A	B	B	B	A	A	A	A	B	A	B	B	A
Encuesta 182	LLANTERO	A	D	B	B	A	C	B	B	B			A	A	A	B	A	B
Encuesta 183	LIBRERÍA	A	D	B	G	A	C	B	C	A	B	A	A	B	B	B	A	B
Encuesta 184	ALQUILER DE DISFRACES	B	C	B	B	A	C	A	B	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 185	BAR-RESTAURANTE	A	E	A Y C	D	B	C	B	B	A	B	A	A	A	C	B	C	A
Encuesta 186	BAR-RESTAURANTE	A	E	B	H	B	C	B	B	A	D	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 187	PIÑATERIA	A	C	B	C	A	B	B	B	A	A	A	A	A	B	B	A	B
Encuesta 188	LICORERIA	A	D	B Y C	B	A	B	B	B	A	C	A	A	B	A	B	A	B
Encuesta 189	VENTA DE ROPA	A	C	B Y F	B	A	C	B	B	A	C	A	A	A	C	A	A	B
Encuesta 190	VENTA DE TEJIDO	B	C	B Y G	C	A	B	A	B	B			A	A	A	A	A	B
Encuesta 191	VENTA DE TEJIDO	B	B	B, C Y F	B	A	C	B	A	B	A	A	B	B	B	B	A	B
Encuesta 192	VENTA DE PLASTICOS	A	D	B, D Y F	B	A	C	B	C	A	D	A	A	C	A	B	C	B
Encuesta 193	BODEGA	A	C	B	C	A	C	B	C	A	C	A	A	B	A	B	A	B
Encuesta 194	BAZAR	A	D	B Y C	G	A	C	B	B	A	D	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 195	LOCUTORIO	A	D	B, E Y F	C	A	C	B	B	B			B	A	B	A	A	B

Encuesta 196	LOCUTORIO	B	A	A	B	A	B	A	A	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 197	VENTA DE MUEBLES	A	C	BYE	C	A	C	B	C	A	C	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 198	VENTA DE ABARROTÉS	A	D	B, C, D Y F	B	A	C	B	B	A	C	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 199	VENTA DE PESCADO	A	C	B	B	A	B	A	B	A	C	A	A	A	B	B	A	B
Encuesta 200	VENTA DE ALFALFA	B	A	A	B	A	C	A	B	A	A	A	B	A	A	A	A	B
Encuesta 201	VENTA DE ANIMALES	A	E	B, D Y F	G	B	C	B	B	A	C	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 202	VENTA DE CARNE	B	B	A Y F	B	A	C	A	B	A	A	A	A	A	B	A	A	B
Encuesta 203	VENTA DE CELULARES	A	D	B, E Y F	B	A	C	B	B	A	B	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 204	VENTA DE LECHE	B	B	A Y F	B		A	B	B	B			B	A	A	A	A	B
Encuesta 205	VENTA DE PAPAS	A	D	BYC	C	A	C	A	C	A	B	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 206	VENTA DE MUEBLES	A	E	B, E Y F	B	A	C	B	C	A	B	A	A	B	B	B	A	B
Encuesta 207	VENTA DE ROPA	A	C	B	B	A	B	B	B	A	B	A	A	A	B	A	B	B
Encuesta 208	VENTA DE VIDEOS	B	A	A	A	A	A	A	A	B			B	A	A	B	B	B
Encuesta 209	ALQUILER DE DISFRACES	A	B	A	B	A	C	A	B	A	C	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 210	BODEGA	A	D	BYF	B	A	C	A	B	A	B	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 211	VENTA DE QUESO	A	C	A Y C	B	A	B	B	B	A	B	A	A	A	A	A	A	B
Encuesta 212	VENTA DE LECHE	B	A	A	B	A	B	A	B	B			B	A	B	B	A	B
Encuesta 213	VENTA DE FRUTA	A	D	BYC	B	A	B	B	B	A	B	A	A	C	A	B	C	B
Encuesta 214	VENTA DE JUGOS	A	C	BYD	B	A	C	B	B	A	C	A	A	B	B	B	A	B

Encuesta 215	PASTELERIA	A	C	B Y F	B	A	C	B	C	A	B	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 216	VENTA DE PLASTICOS	A	B	B, E Y F	C	A	C	B	B	A	C	A	A	A	A	A	A	A
Encuesta 217	VENTA DE CARNE	A	C	B Y F	G	A	B	A	B	A	B	A	A	A	A	B	A	B
Encuesta 218	BODEGA	A	C	B Y F	B	A	B	A	B	A	A	A	B	A	B	A	A	B
Encuesta 219	LICORERIA	A	D	A, C Y E	F	A	C	B	C	A	C	A	A	B	A	B	B	B
Encuesta 220	VENTA DE SALCHIPOLLO	A	C	B	B	A	C	B	B	A	D	A	A	B	B	B	B	A
Encuesta 221	VENTA DE ABARROTOS	A	D	B Y F	B	A	C	B	B	A	D	A	A	A	A	B	A	A
Encuesta 222	VENTA DE TAMALES	A	B	B Y F	B	A	B	A	B	A	B	A	A	A	A	A	A	A
Encuesta 223	VENTA DE PAN	A	C	B Y E	B	A	C	B	B	A	C	A	A	B	B	B	A	B
Encuesta 224	VENTA DE PAN	B	B	A	B	A	B	B	B	B			B	B	B	B	B	B
Encuesta 225	VENTA DE LECHE	A	B	B	B	A	C	A	B	A	A	A	A	A	A	A	B	B
Encuesta 226	BAZAR	A	C	B Y F	A	A	C	B	B	A	D	A	A	A	B	B	A	B
Encuesta 227	TRANSPORTISTA PARTICULAR	A	C	B, D Y E	B	A	C	B	C	A	D	A	A	B	B	B	A	A
Encuesta 228	TRANSPORTISTA PARTICULAR	A	C	B, D Y E	G	A	C	A	A	A	D	A	B	A	B	A	A	B
Encuesta 229	VENTA DE ROPA	A	C	B Y C	G	B	C	B	B	A	D	A	A	A	A	B	A	B

Anexo 04

Validez de contenido por juicio de expertos aplicando la V de Aiken

	Juez 1				Juez 2				Juez 3				Juez 4				Juez 5				V-Aiken	V-Aiken	V-Aiken	V-Aiken	V-Aiken				
	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	V-Aiken				
Item 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Item 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Item 3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	1.00	0.95	0.99
Item 4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	1.00	0.95	0.99
Item 5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	0.95	1.00	1.00	0.90	0.96				
Item 6	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	0.90	1.00	1.00	0.90	0.95				
Item 7	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0.95	1.00	0.95	0.95	0.96				
Item 8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	0.95	0.95	1.00	0.98				
Item 9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	0.95	0.95	0.95	0.90	0.94				
Item 10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	1.00	1.00	1.00	0.90	0.98				
Item 11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1.00	0.95	1.00	0.95	0.98				
Item 12	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	0.95	1.00	0.99				
Item 13	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	0.95	1.00	0.99				
Item 14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00				
Item 15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00				
																									V-Aiken	0.97917			

Anexo 05

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

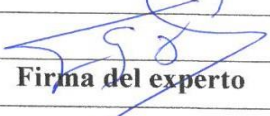
Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a)
Araujo Calderon Wilder	Docente UCV	Cuestionario	Elizabeth Gonzales Lázaro
TÍTULO DEL ESTUDIO: FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OTUZCO COMO DESTINO TURISTICO AL 2018.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CALIDAD DE VIDA	Factor Social	Conexiones Sociales	* Considera que su estándar de vida ha mejorado gracias a la creciente demanda de Turismo en la ciudad de Otuzco.				✓				✓			✓					✓	
		Seguridad Personal	* Considera que debido a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco, influye positivamente en				✓				✓				✓					✓

OPINION DE APLICABILIDAD **Procede su aplicación**
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan
 No procede su aplicación

Trujillo 24/ 09 18		18130902		
Lugar y fecha	Trujillo	DNI. N.º	Firma del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a)
Zavalela Pesantes Henry Walter	Docente UCV	Cuestionario	Elizabeth Gonzales Lázaro
TÍTULO DEL ESTUDIO: FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OTUZCO COMO DESTINO TURISTICO AL 2018.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CALIDAD DE VIDA	Factor Social	Conexiones Sociales	* Considera que su estándar de vida ha mejorado gracias a la creciente demanda de Turismo en la ciudad de Otuzco.				✓				✓			✓					✓	
		Seguridad Personal	* Considera que debido a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco, influye positivamente en				✓				✓			✓						✓

OPINION DE APLICABILIDAD Procede su aplicación
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan
 No procede su aplicación

Trujillo 24/09/18		17 909 592	<i>H. Zancut</i>	
Lugar y fecha	Trujillo	DNI. N.º	Firma del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a)
Mendez Cobian Francisco	Docente de UCV	Cuestionario	Elizabeth Gonzales Lázaro
TÍTULO DEL ESTUDIO: FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OTUZCO COMO DESTINO TURISTICO AL 2018.			


ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

CALIDAD DE VIDA	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
						Factor Social	Conexiones Sociales	* Considera que su estándar de vida ha mejorado gracias a la creciente demanda de Turismo en la ciudad de Otuzco.				✓				✓				
		Seguridad Personal	* Considera que debido a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco, influye positivamente en				✓				✓									✓

		la Seguridad Publica						✓						✓						✓
		La Educación y la Formación	* Considera que los ingresos obtenidos por el Turismo en la ciudad de Otuzco genero un impacto positivo en la educación personal y de su familia.					✓						✓						✓
		Estado de Salud	* Antes de su condición como microempresarios ¿En dónde acude por su atención medica?					✓						✓						✓
		La Vivienda	* Actualmente en su vivienda, ¿cuántas habitaciones por persona usa?					✓						✓						✓
		Los Empleos y Sueldos	* A qué se dedica su negocio					✓						✓						✓

OPINION DE APLICABILIDAD **Procede su aplicación**
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan
 No procede su aplicación

Trujillo 24/04/18		41207017.		
Lugar y fecha	Trujillo	DNI N.º	Firma del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a)
Locano Villanueva Carmen Mailene	Contadora de la Municipalidad P. Patoz	Cuestionario	Elizabeth Gonzales Lázaro
TÍTULO DEL ESTUDIO: FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OTUZCO COMO DESTINO TURISTICO AL 2018.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

CALIDAD DE VIDA	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
						Factor Social	Conexiones Sociales	* Considera que su estándar de vida ha mejorado gracias a la creciente demanda de Turismo en la ciudad de Otuzco.				✓				✓				✓
		Seguridad Personal	* Considera que debido a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco, influye positivamente en				✓				✓				✓				✓	

		la Seguridad Publica					✓				✓				✓			✓
		La Educación y la Formación	* Considera que los ingresos obtenidos por el Turismo en la ciudad de Otuzco genero un impacto positivo en la educación personal y de su familia.				✓				✓				✓			✓
		Estado de Salud	* Antes de su condición como microempresarios ¿En dónde acude por su atención medica?				✓				✓				✓			✓
		La Vivienda	* Actualmente en su vivienda, ¿cuántas habitaciones por persona usa?				✓				✓				✓			✓
		Los Empleos y Sueldos	* A qué se dedica su negocio				✓				✓				✓			✓

		Las Rentas	* Sus ingresos familiares mensuales aproximados son:							✓										✓
	Factor Psicológico	Bienestar Subjetivo	* Considera que el turismo genera un impacto positivo en su calidad de vida							✓										✓
		Compromiso Cívico y la Gobernanza	* Considera que el Gobierno de la República del Perú ha efectuado leyes apropiadas para apoyar su situación Socio Económica.							✓										✓
		Balance Vida Trabajo	* Cuantas horas diarias destina a su trabajo.								✓									
	Factor Ecológico	Calidad del Medio Ambiente	* Considera que la condición del medio ambiente se vio influenciada por la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco.							✓										✓

OPINION DE APLICABILIDAD

Procede su aplicación
 Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan
 No procede su aplicación

Trujillo 24/09/18		47226770	m. C. Coronado V.	944260535
Lugar y fecha	Trujillo	DNI. N.º	Firma del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del experto	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a)
Mosero Rodríguez Augusto Ricardo	Docente UCV	Cuestionario	Elizabeth Gonzales Lázaro
TÍTULO DEL ESTUDIO: FACTORES DETERMINANTES DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE OTUZCO COMO DESTINO TURISTICO AL 2018.			

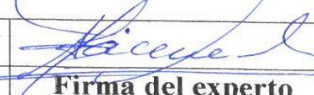
ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Opciones de respuesta	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
CALIDAD DE VIDA	Factor Social	Conexiones Sociales	* Considera que su estándar de vida ha mejorado gracias a la creciente demanda de Turismo en la ciudad de Otuzco.				✓				✓				✓				✓	
		Seguridad Personal	* Considera que debido a la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco, influye positivamente en				✓				✓				✓					✓

		Las Rentas	* Sus ingresos familiares mensuales aproximados son:						✓										✓
	Factor Psicológico	Bienestar Subjetivo	* Considera que el turismo genera un impacto positivo en su calidad de vida						✓										✓
		Compromiso Cívico y la Gobernanza	* Considera que el Gobierno de la República del Perú ha efectuado leyes apropiadas para apoyar su situación Socio Económica.						✓										✓
		Balance Vida Trabajo	* Cuantas horas diarias destina a su trabajo.							✓									
	Factor Ecológico	Calidad del Medio Ambiente	* Considera que la condición del medio ambiente se vio influenciada por la creciente demanda de turismo en la ciudad de Otuzco.						✓										✓

Procede su aplicación
OPINION DE APLICABILIDAD **Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan**
 No procede su aplicación

Trujillo 24 / 09 / 18		17888700		
Lugar y fecha	Trujillo	DNI. N.º	Firma del experto	Teléfono

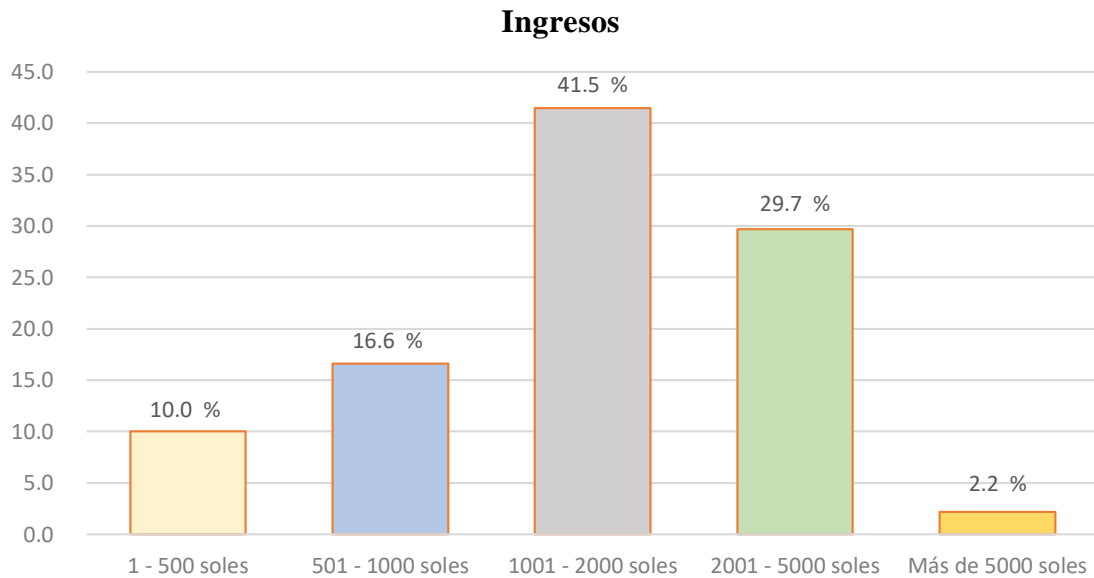
Anexo 06

Gráficos

Factores sociales

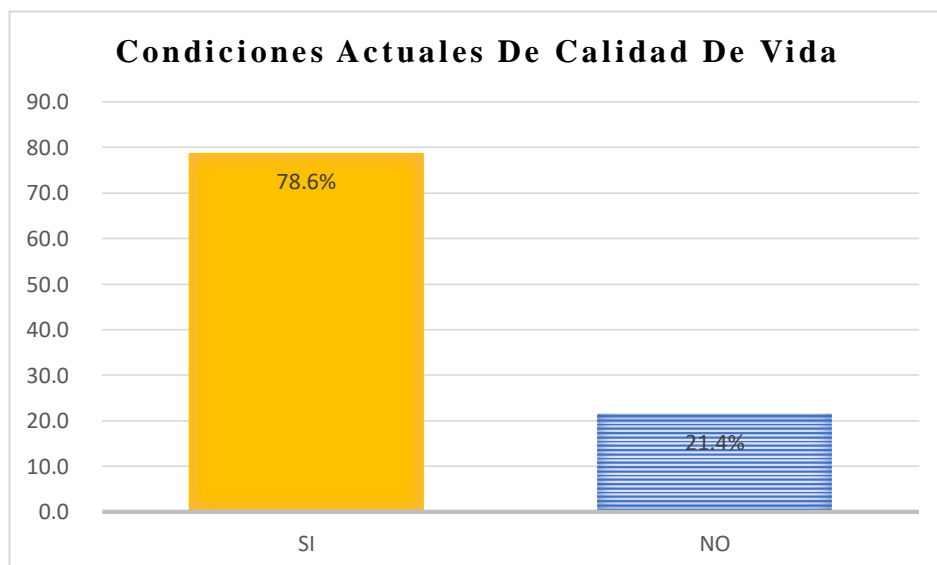
Ingresos.

Figura 01 ingresos obtenidos de los comerciantes de la ciudad de Otuzco



Conexiones sociales.

Figura 02: Condiciones actuales de la calidad de vida de los comerciantes de la ciudad de Otuzco



Vivienda

Figura 03: Gastos mensuales destinados en las viviendas de los comerciantes de comercio de la ciudad de Otuzco



Educación y Formación.

Figura 04: Impacto del turismo en Educación Familiar de los comerciantes de la ciudad de Otuzco.

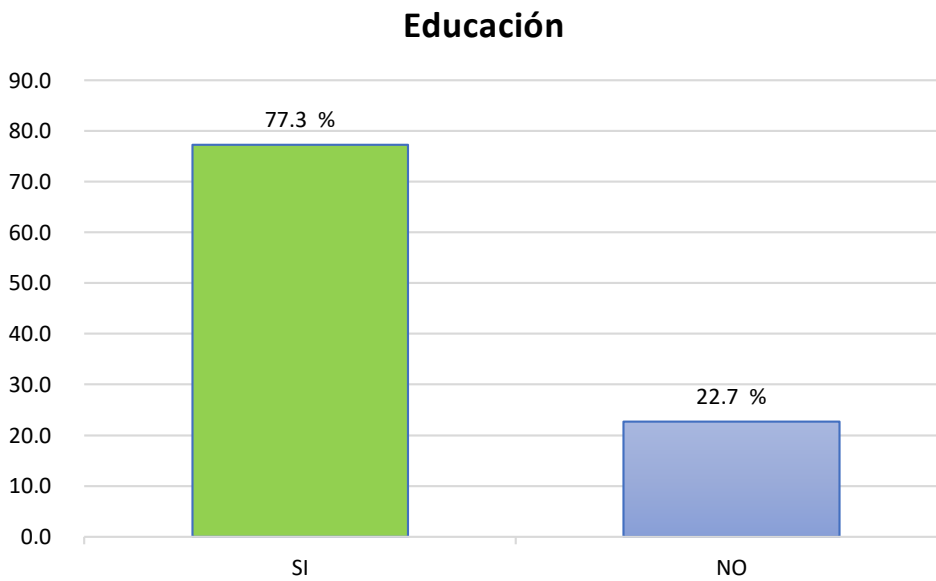
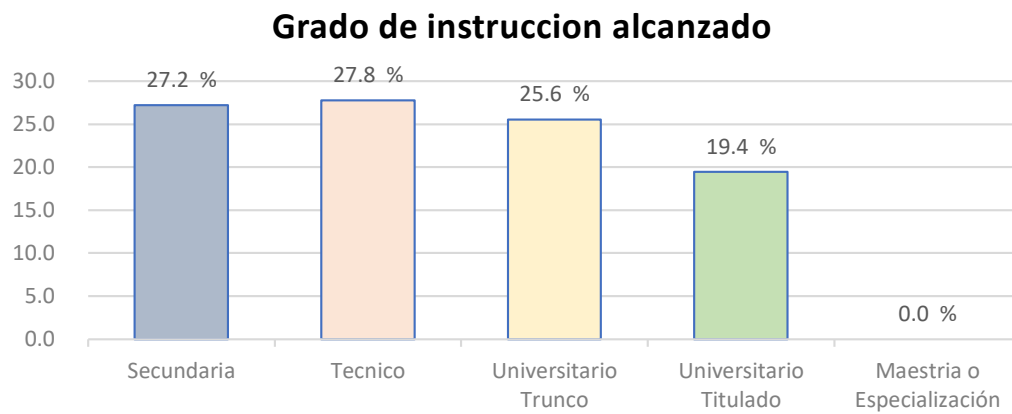


Figura 05: Grado de instrucción familiar máximo de los comerciantes de la ciudad de Otuzco



Estado de Salud.

Figura 06: Atención médica antes de ser comerciante en la ciudad de Otuzco

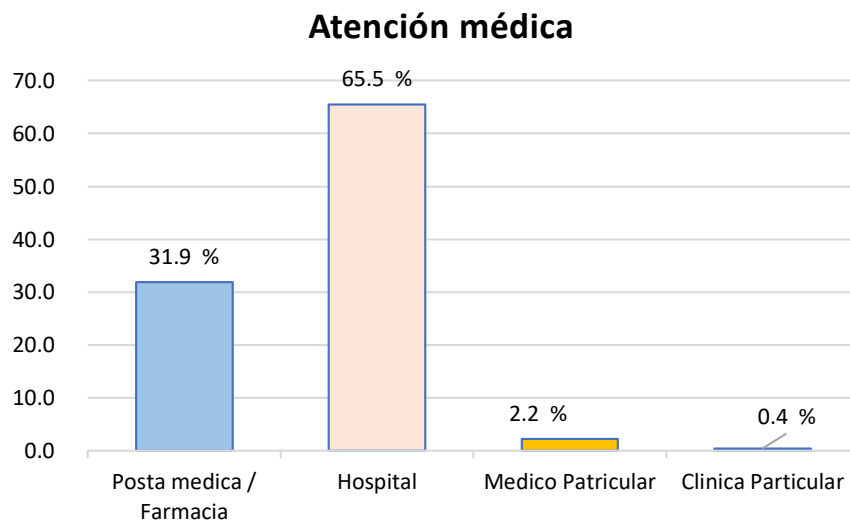
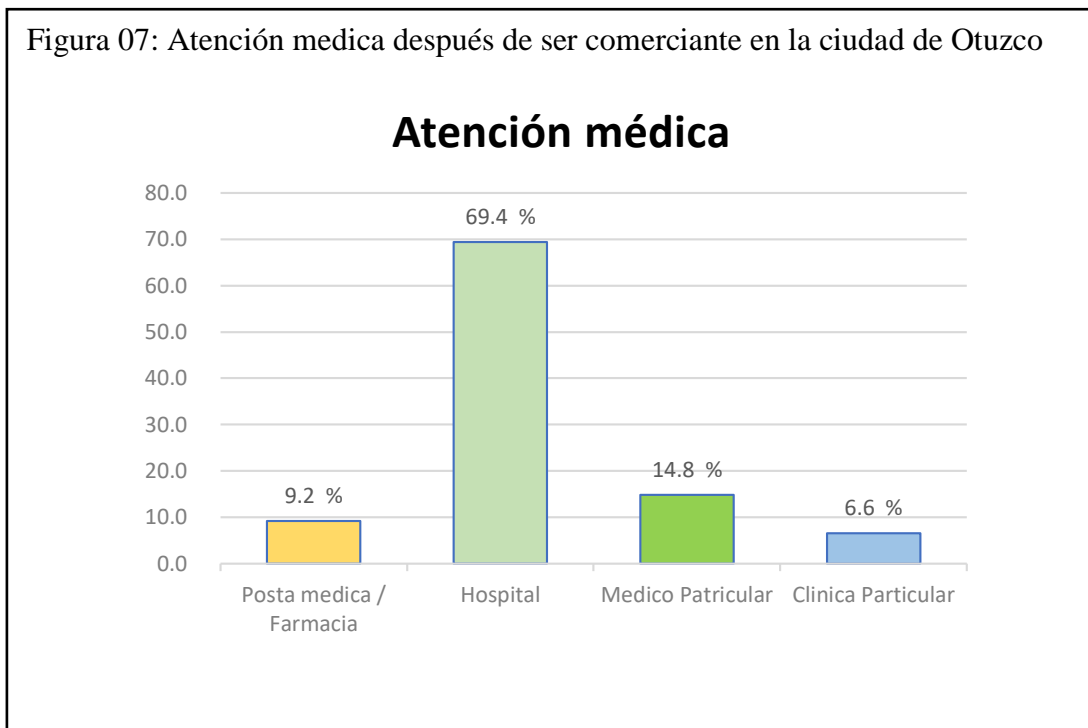


Figura 07: Atención medica después de ser comerciante en la ciudad de Otuzco



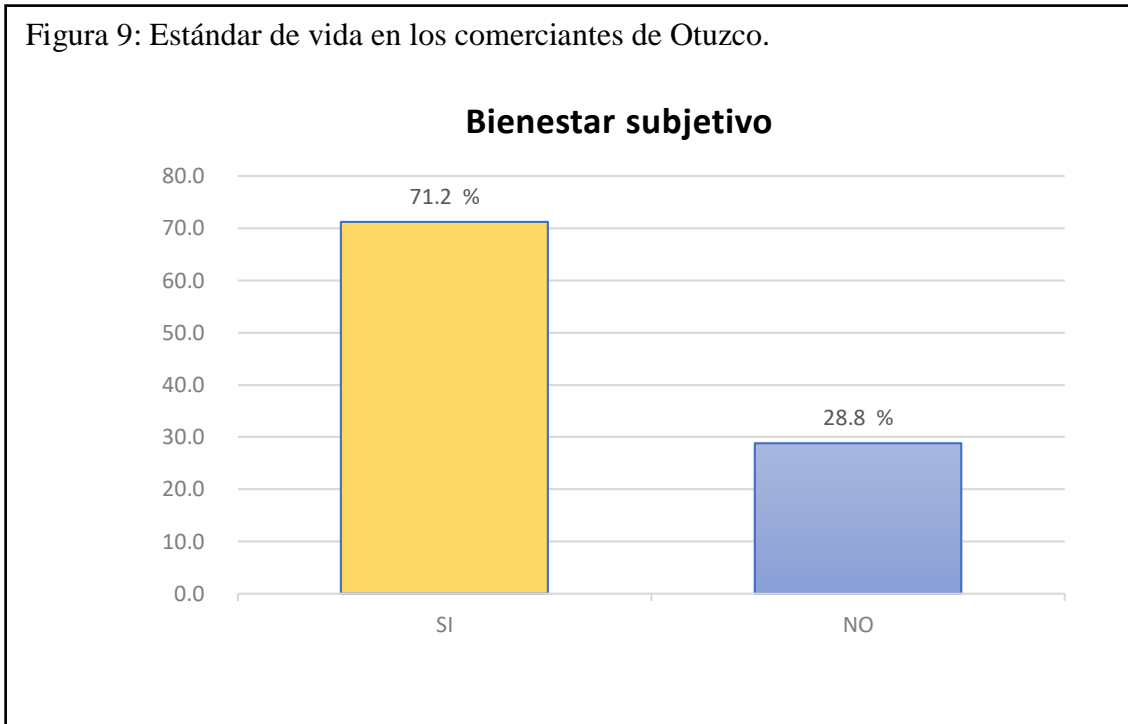
Seguridad Personal.

Figura 08: Mejora en la seguridad publica gracias al turismo en Otuzco



Factores Psicológicos

Bienestar Subjetivo.



Balance Vida Trabajo.

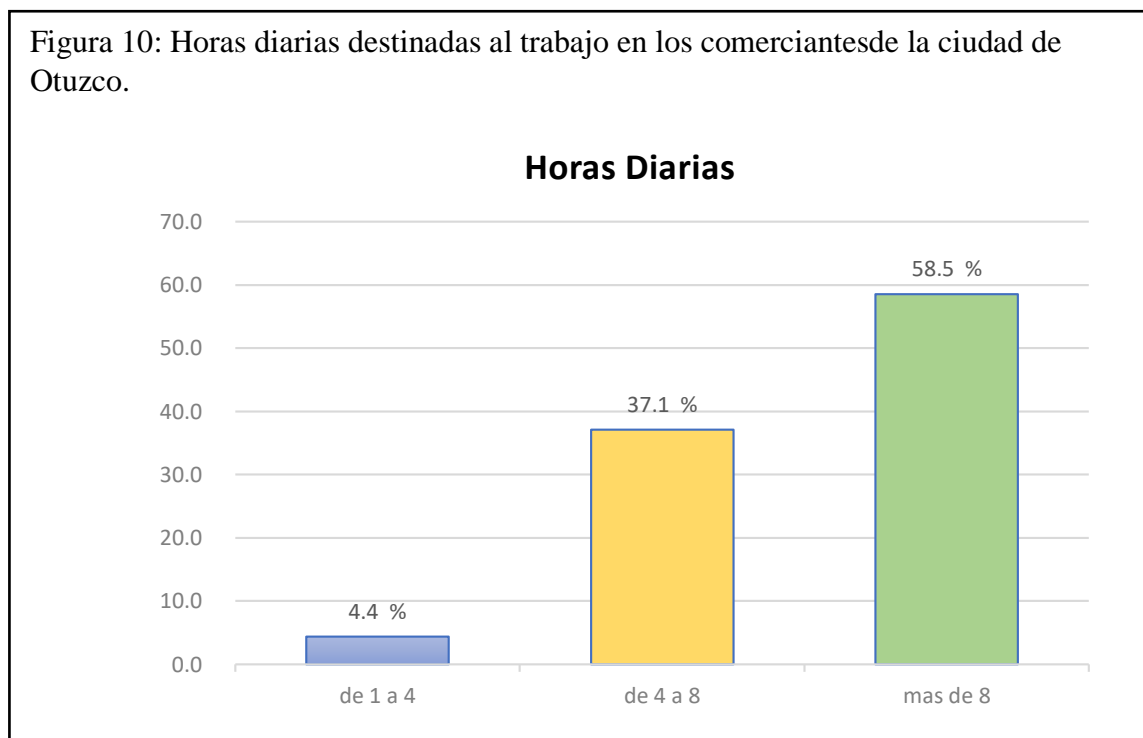
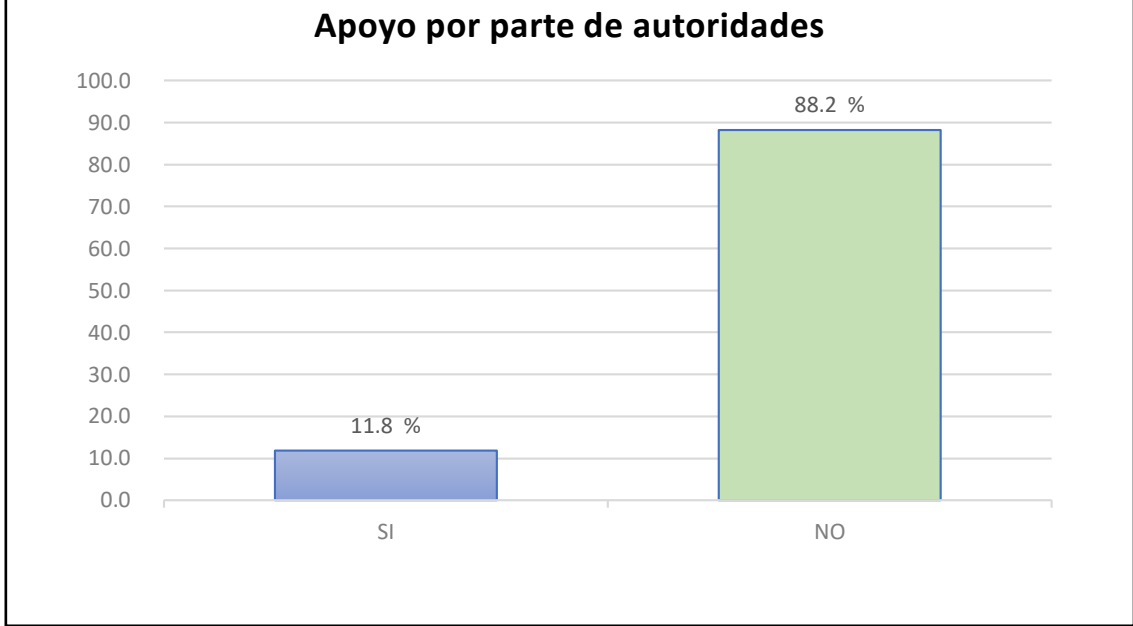


Figura 11: Apoyo brindado de parte del gobierno a los comerciantes de la ciudad de Otuzco



Factores Ambientales

Calidad del Medio Ambiente.

Figura 12: Condición ambiental del aire

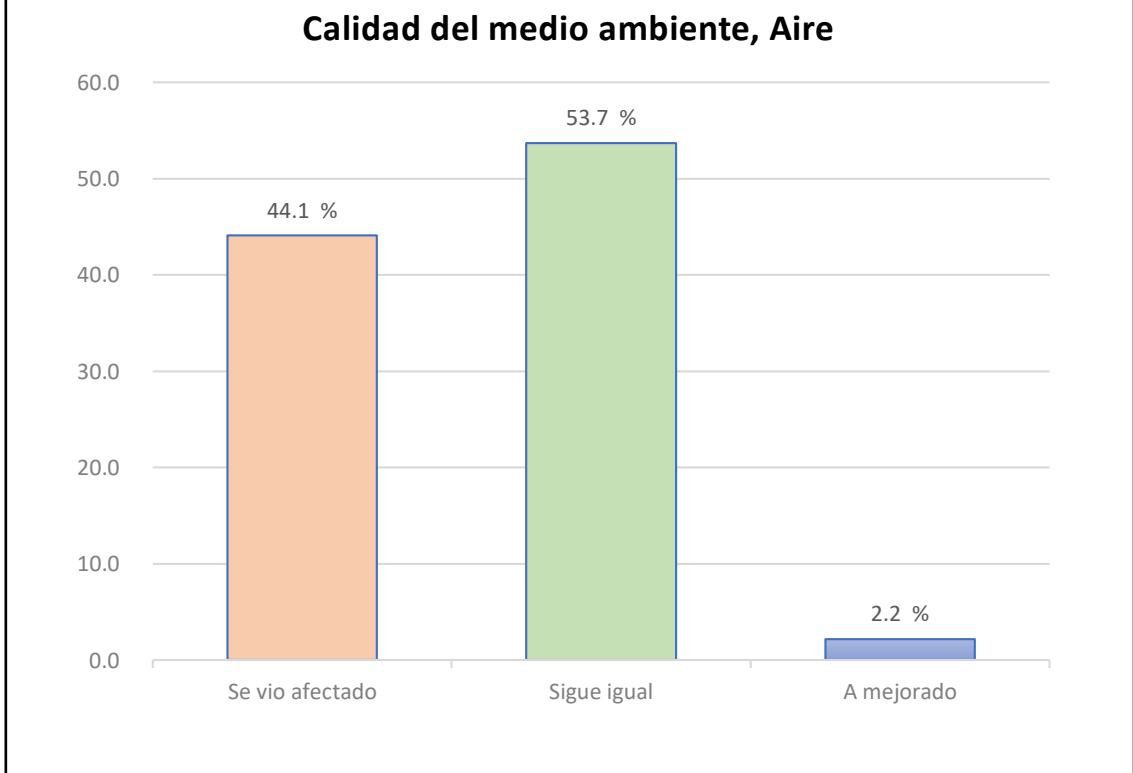
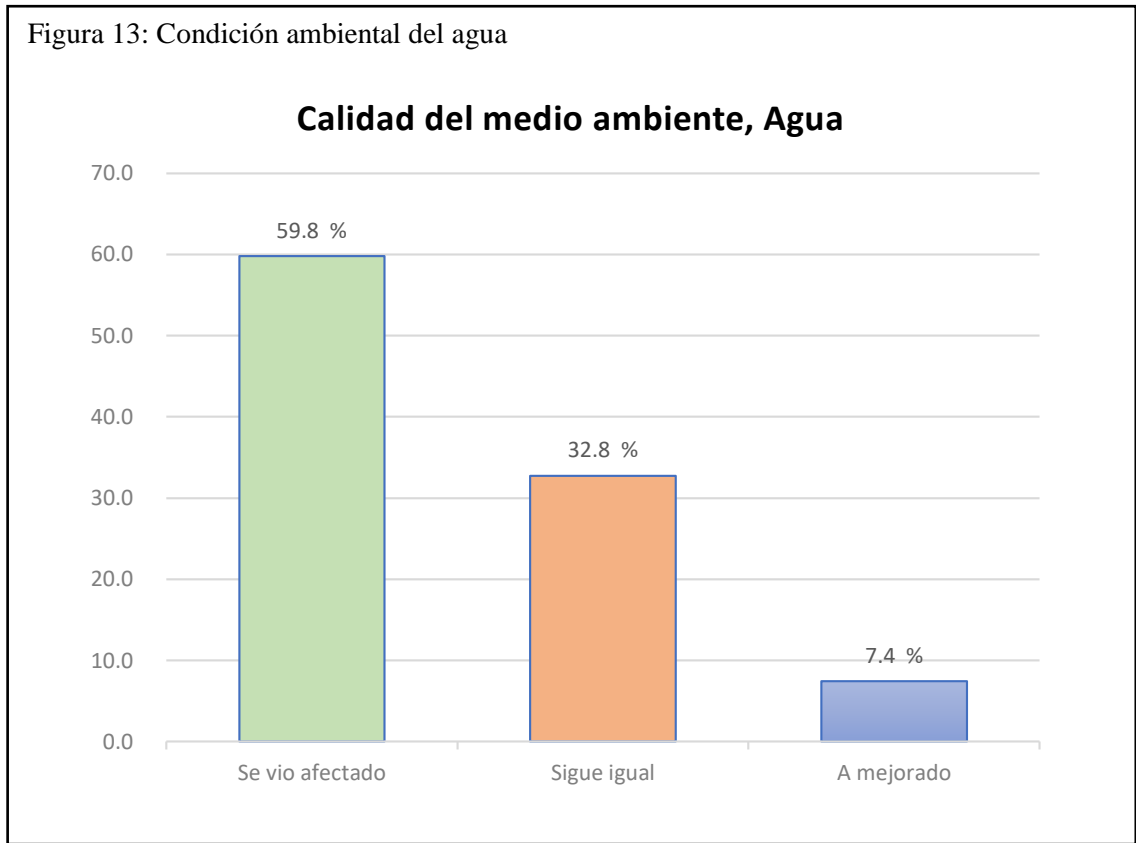


Figura 13: Condición ambiental del agua



Anexo 07

Fotografías

