

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



**TESIS**

---

**TEATRO CULTURAL Y SU DIVERSIFICACION EN LA ACTIVIDAD  
TURISTICA EN EL DISTRITO DE MACHUPICCHU, CUSCO - 2020**

---

**PRESENTADO POR LA BACHILER:**

**Sharen Wendy Aguilar Villagra**

**Para optar al Título Profesional de  
Licenciada en Turismo.**

**ASESOR:**

**MGT: Nicolás Martínez Centeno**

**CUSCO -PERÚ  
2020**

## PRESENTACIÓN

SEÑORA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES, DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.

SEÑORES DOCENTES MIEMBROS DEL JURADO.

En acatamiento a la normativa de grados y títulos de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, pongo a su atención el presente trabajo investigativo intitulado “**TEATRO CULTURAL Y SU DIVERSIFICACION EN LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL DISTRITO DE MACHUPICCHU, CUSCO - 2020**” para su respectiva apreciación y asentimiento, con el que procuro optar el título de Licenciada en Turismo. La indagación tuvo lugar en el distrito de Machupicchu, que se particulariza por tener una población sujeta a al turismo por la maravilla del mundo Machupicchu.

El propósito de la pesquisa es de determinar como un teatro cultural podrá diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu, cuya justificación concierne a la identificación y puesta en valor de nuestra cultura de mitos cuentos y leyendas, logrando así diversificar el turismo en el distrito de Machupicchu.

Así mismo gracias a la colaboración de los visitantes del distrito de Machupicchu se logró finalizar la indagación.

Atentamente,

Bach. Sharen Wendy Aguilar Villagra

## **AGRADECIMIENTOS**

A la Universidad Andina de Cusco por brindarme principios que constituirán parte de mi vida como futura profesional.

A los docentes que me dieron sus sapiencias y su sostén inquebrantable.

Agradezco a mis docentes de la Carrera Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco en la cual pude concebir mis sapiencias, agradecer su consagración, sostén e indicaciones.

Agradezco además a mi asesor de tesis, Mg. Nicolás Martínez Centeno por su gran soporte, discernimiento y exaltación en la elaboración de mi trabajo investigativo.

Mi agradecimiento a los visitantes del distrito de Machupicchu por ofrecerme su tiempo inapreciable de forms desprendida.

**Bach. Sharen Aguilar**

## **DEDICATORIA**

A Dios porque está conmigo en cada marcha que doy, guiándome y proporcionándome fortificación para seguir.

A mis padres Hilda y Ciro, quienes vigilan mi prosperidad y formación, colocando su confianza en cada objetivo sin titubear de mí, y por toda la abnegación y energía que ejecutaron para proporcionarme una instrucción óptima.

A mi hermano Leonardo por apoyarme de manera incondicional.

A mi abuela Vicentina que cada día me motiva para lograr culminar este trabajo.

**Bach. Sharen Aguilar**

## **JURADO EXAMINADOR DE LA SUSTENTACION DE TESIS**

RESOLUCION N°155-COVID – 2020 – FCSYHH – UAC.

- PRIMER DICTAMIANTE: Dra. Aydeé Flores Contreras.
- SEGUNDO DICTAMINANTE: Mgt. Roxana Calderón Mendoza.
- PRIMER REPLICANTE: Mgt. Ronal R. Flores Díaz.
- SEGUNDO REPLICANTE: Mgt. Cesar R. Zuniga Cusihuaman.

ASESOR DE TESIS: Nicolás Martínez Centeno

# ÍNDICE

## CAPITULO I

Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del problema .....	3
1.2.1 Problema general .....	3
1.2.2 Problemas específicos .....	3
1.3 Justificación de la investigación.....	3
1.3.1 Conveniencia o viabilidad.....	3
1.3.2 Relevancia social .....	3
1.3.3 Implicancias prácticas .....	3
1.3.4 Valor teórico .....	4
1.3.5 Utilidad metodológica.....	4
1.4 Objetivos de la investigación .....	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivos específicos .....	4
1.5 Delimitación de la investigación .....	4
1.5.1 Delimitación Temporal .....	4
1.5.2 Delimitación Espacial .....	4

## CAPITULO II

Marco Teórico .....	6
2.1 Antecedentes de la investigación .....	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	6
2.1.2 Antecedentes Nacionales .....	3
2.1.3 Antecedentes Locales.....	6
2.2 Bases teóricas .....	8
2.3 Marco Conceptual .....	26
2.4 Variable e Indicadores.....	28
2.4.1 Identificación de las Variables .....	28
2.4.2 Operacionalización de variables .....	31
2.5 Definición de términos básicos .....	31

### CAPITULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	37
3.1 Tipo de investigacion .....	37
3.2 Diseño de la investigación.....	37
3.3 Población.....	38
3.4 Muestra.....	38
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	38
3.5.1 Técnicas .....	38
3.5.2 Instrumentos.....	38
3.6 Validez y confiabilidad de los instrumentos .....	39
3.7 Plan de análisis de datos .....	39

### CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	34
4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado.....	34
4.1.1. Presentación del instrumento .....	34
4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado.....	35
4.2. Resultados de las dimensiones de la variable teatro cultural .....	36
4.2.1 Guion.....	36
4.2.2 Dirección.....	39
4.2.3 Actuación .....	40
4.2.4 Escenografía.....	41
4.3. Resultado de la variable Teatro cultural.....	42
4.4. Resultados de las dimensiones de la variable Diversificación turística .....	43
4.4.1. Empresa turística.....	44
4.4.2. Oferta turística .....	45
4.4.3. Producto turístico .....	47
4.5. Resultado de la variable Diversificación turística.....	49

### CAPITULO V

5.1 Discusión.....	51
5.1.1. Descripción de hallazgos más relevantes.....	51
5.1.2. Limitación de estudio.....	54
5.1.3. Comparaciones críticas con la literatura existente.....	54

5.1.4. Implicancias de estudio.....	55
5.2 Propuesta.....	55
5.2.1. Nombre de la propuesta: .....	55
5.2.3 Objetivo de la propuesta. ....	56
A. Conclusiones .....	60
B. Recomendaciones: .....	62
Bibliografía.....	63
Anexos.....	75



## Índice de tablas

Tabla 1: matriz de Operacionalización de variables .....	31
Tabla 1 Distribución de los ítems del cuestionario .....	34
Tabla 2 Descripción de la Baremación y escala de interpretación .....	35
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad .....	36
Tabla 4 Guion .....	36
Tabla 5 Dirección.....	39
Tabla 6 Actuación.....	40
Tabla 7 Escenografía .....	41
Tabla 8 Teatro cultural .....	42
Tabla 9 Empresa turística.....	44
Tabla 10 Oferta turística .....	45
Tabla 11 Producto turístico.....	47
Tabla 12 Diversificación turística .....	49
Tabla 14: Matriz de Consistencia .....	72
Tabla 15: Matriz de instrumentos.....	73

## Índice de figuras

Figura 1: Guion .....	37
Figura 2: Dirección .....	39
Figura 3: Actuación .....	40
Figura 4: Escenografía .....	42
Figura 5: Teatro cultural.....	43
Figura 6: Empresa turística .....	44
Figura 7: Oferta turística .....	45
Figura 8: Producto turístico .....	48
Figura 9: Diversificación turística .....	49

## RESUMEN

La ciudad inca de Machu Picchu es apreciada como un ejemplo único de arquitectura e ingeniería, sus peculiaridades arquitectónicas y paisajísticas distintivas la convierten en una de las zonas turísticas más concurridas del mundo, así como una de las siete maravillas. Los turistas que llegan al pueblo de Machupicchu llegan motivados y emocionados por descubrir esta maravilla; Sin embargo, uno de los problemas que enfrentan en el distrito de Machupicchu es que no cuentan con un lugar donde los turistas puedan entretenerse y hacer placentera su estadía nocturna en este distrito. El objetivo de la investigación fue determinar la relevancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística. La metodología utilizada fue desde un enfoque cuantitativo, básico y de nivel descriptivo con dos variables y diseño no experimental, se encuestó a 75 turistas que visitaron el pueblo de Machupicchu con fines turísticos. Se concluyó con la importancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística del distrito de Machupicchu, estableciendo que la actividad turística contribuye a generar ingresos económicos para el distrito de Machupicchu y además ayuda a que la cultura de los mitos, cuentos y leyendas no sea olvidada, y se utilizan como una nueva forma de comunicación de nuestra cultura, la población considera que es conveniente diversificar la actividad turística en este distrito de Machupicchu que cuenta con el teatro Pachacutec que bien podría ser aprovechado para ofrecer obras culturales.

**Palabras clave.** Teatro cultural, Diversificación de la actividad turística.

## ABSTRAC

The Inca city of Machu Picchu is considered, at the same time, a masterpiece of architecture and engineering, its peculiar architectural and landscape characteristics, have made it one of the most popular tourist destinations on the planet, as well as one of the 7 ° wonders of the world, the tourists who arrive at the town of Machupicchu arrive motivated and excited to know this wonder; However, one of the problems faced in the Machupicchu district is that they do not have a place where tourists can entertain themselves and make their stay pleasant at night in this district. The objective of this research work was to determine the importance of cultural theater to diversify the tourist activity. The methodology used was from a quantitative, basic and descriptive level approach with two variables and the non-experimental design, surveyed 75 tourists who visited the town of Machupicchu for tourism purposes. It was concluded that the present investigation determined the importance of the cultural theater to diversify the tourist activity of the Machupicchu district, where it is concluded that the tourist activity helps to generate economic income to the Machupicchu district and also helps the culture of myths, tales and legends do not pass into oblivion and are used as a new form of communication of our culture, the population considers that it is appropriate to diversify the tourist activity in this district of Machupicchu that has the Pachacutec theater that could be well used to offer plays cultural.

**Key words.** Cultural theater, Diversification of tourist activity.

# CAPITULO I

## Introducción

### 1.1 Planteamiento del Problema

La cultura actualmente es uno de los sectores de la economía más relevantes, pues ésta genera un valor agregado y empleo para los actores involucrados; además de contribuir al desarrollo económico de una nación, principalmente en actividades como festivales e industrias dedicadas a la cultura. Es así que una de las primordiales atracciones para los turistas es la interrelación entre el arte y la cultura en un destino determinado. (Herrero 2004)

En la realidad, los acontecimientos turísticos pretenden la complacencia de tres propósitos, el primero es la acumulación de gasto cultura, el cambio a una imagen cultural innovadora, y por último ser un determinante de crecimiento para la sociedad. Por ello, por medio de los festivales culturales es viable impulsar la tradición cultural de un territorio, el diseño de recursos turísticos y la competitividad de las zonas (Perles 2006).

En New York, el teatro es parte fundamental de la vida de sus habitantes. Hay más de 400 salas, siendo la más trascendental Broadway, un lugar de Manhattan que es emblema de las artes escénicas mundiales. Sus más 40 teatros son un atractivo turístico, dan trabajo a 89 mil personas y en la temporada 2015-2016 obtuvieron 13 millones de públicos, que dieron en taquilla 1,300 millones de dólares. Toda una producción que es importante en Londres, París, Madrid y Edimburgo. En América Latina, México y Buenos Aires son centros relevantes para el teatro.

En Lima Metropolitana, hay de 30 a 40 zonas para desarrollar obras de teatro, entre salas comerciales, auditorios de centros culturales, auditorios municipales y de colegios. Esta es una cifra aproximada pues no se cuenta con una data específica de cantidad de salas, público y taquilla de todo el suceso local. Este cálculo podría contribuir

a profesionalizar la acción teatral y crearle socios comerciales. Existen nuevas salas y festividades (desde el Fiteca de Comas hasta el Festival de Artes Escénicas de Lima y la Sala de Parto), hay conformaciones distintas como el Micro teatro de Barranco y además obras personales para niños, escuelas y facultades universitarias de teatro y talleres para todas las edades, además de concursos de dramaturgia nacional; no obstante, aún se deben difundir de mejor manera esas propuestas, esbozar estrategias para causar el interés en el público (Escalante, 2015).

Los turistas que arriban al pueblo de Machupicchu llegan motivados y entusiasmados en conocer una de las maravillas del mundo como es la imponente ciudadela de Machupicchu, uno de los problemas que se enfrenta en el distrito de Machupicchu, es que no cuentan con un lugar donde los turistas puedan entretenerse y hacer agradable su estancia durante las noches, logrando diversificar sus actividades, debido a que la municipalidad distrital y pobladores no implementaron proyectos para diversificar la oferta turística de este pueblo.

De persistir esta problemática en el distrito de Machupicchu, lamentablemente este lugar no podrá diversificar su oferta turística para sus visitantes, perdiendo una gran oportunidad de desarrollo de la actividad turística mediante un teatro cultural, creando una mala imagen de sus visitantes a la falta de este centro de recreación.

Considerando que el distrito de Machupicchu si cuenta con la demanda requerida para poder diversificar su oferta turística es que se propone la implementación de un Teatro Cultural, así mismo como la capacitación de los colaboradores para su ejecución y utilización óptima, labor que se estaría llevando a cabo conjuntamente con la municipalidad y pobladores del distrito de Machupicchu.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera el teatro cultural puede diversificar la actividad turística del distrito de Machupicchu Cusco 2020?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿De qué manera el teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu – Cusco 2020?
- ¿Cómo diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu Cusco 2020?

## **1.3 Justificación de la investigación**

### **1.3.1 Conveniencia**

La presente pesquisa procura obtener conocimientos sobre el turismo en el distrito de Machupicchu, para así poder determinar la relevancia del teatro cultural para diversificar la acción turística en el distrito de Machupicchu, con el compromiso y la disposición durante cinco meses, contando con auxilio técnico de docentes universitarios. Para la ejecución de la pesquisa se poseen recursos físicos y económicos.

### **1.3.2 Relevancia social**

Está motivada por difundir nuestra cultura de una manera más comprensible y tangible a través de un Teatro Cultural, este teatro permitirá que los turistas y los pobladores del distrito de Machupicchu puedan conocer y apreciar de mejor manera la cultura inca.

### **1.3.3 Implicancias prácticas**

Los resultados esta indagación sirven de apoyo para concientizar a las personas envueltas en el turismo sabiendo que sin la difusión de nuestra cultura como atractivo turístico para diversificar la oferta turística en Machupicchu causará un impacto negativo ya que esta cultura se irá perdiendo si no la transmitimos a futuras generaciones y turistas

### **1.3.4 Valor teórico**

La pesquisa plantea contribuir a comprender que el teatro cultural diversificará la actividad turística y así entenderá la relevancia de transmitir nuestra cultura de una manera más perceptible y tangible a los ojos de los espectadores y así no perder este conocimiento de mitos, cuentos y leyendas.

### **1.3.5 Utilidad metodológica**

El presente estudio trabajó bajo un método científico, que recoge información, a través de instrumentos que son fiables y válidos para futuras pesquisas.

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar la importancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu - Cusco 2020.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Conocer de qué manera la implementación del teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu – Cusco 2020.

Conocer como diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu Cusco 2020.

## **1.5 Delimitación de la investigación**

### **1.5.1 Delimitación Temporal**

El periodo de la indagación inicia en el mes de febrero hasta el mes de junio del año 2020.

### **1.5.2 Delimitación Espacial**

El desarrollo del presente estudio se llevará a cabo en el distrito de Machupicchu, provincia de Urubamba, departamento de Cusco.

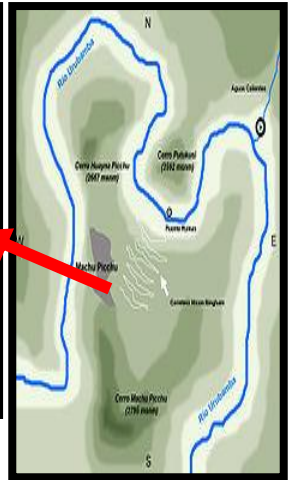




MAPA DEL DEPARTAMENTO DEL CUSCO



MAPA DEL DISTRITO DE MACHUPICCHU



MAPA DE LA PROVINCIA DE

## **CAPITULO II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.2 Antecedentes Internacionales.**

**Título:** Artes Escénicas y Turismo: El Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro.

**Autor:** Gema Gómez-Casero Fuentes

**Año:** 2018

**Universidad:** Córdoba – Argentina. Facultad de Derecho, Ciencias Económicas y Empresariales.

Gómez-Casero (2018), en su indagación titulada Artes Escénicas y Turismo: El Festival Internacional de farsantes colegial de Almagro, el cual fue presentado a la facultad Córdoba – Argentina. facultad de rectilíneo, Ciencias Económicas y Empresariales. Finaliza su indagación concluyendo lo siguiente:

Donde el autor pretende determinar las motivaciones, satisfacción, y opinión sobre diversos aspectos relacionados con la representación teatral a la que acuden turistas a un evento cultural como es el Festival Internacional Teatro Clásico de Almagro, haciendo referencia no sólo a sus características socio-demográficas - edad, sexo, profesión o nivel de estudios. Además, pretende que, en base a las motivaciones de los turistas que acuden al evento, segmentar a este público para así conocer mejor al público asistente y adaptar mejor la oferta del festival a los espectadores; llegando a las siguientes conclusiones:

Que existe un gran interés científico al analizar los eventos que tienen lugar en todo el mundo y que los eventos culturales se han convertido en un aspecto importante del producto turístico de un destino, actuando como una herramienta adicional a través de la cual se pueden mejorar lugares específicos de turismo. Los eventos son vistos como catalizadores para atraer visitantes y aumentar su gasto promedio y la duración de la estadía. También son vistos como creadores de imágenes, posicionándose en el mercado a los destinos que ofrecen y ofrecen una ventaja competitiva de comercialización.

### **Opinión personal**

La presente investigación aporta a este trabajo de tesis resaltando la importancia de que los turistas despierten su motivación, satisfacción, y percepción acerca de distintos temas vinculados con la escenificación teatral para así presentar al teatro como un nuevo producto turístico, específicamente El Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro.

**Título:** “El Teatro una Forma Diferente de Comunicarse con el Mundo”

**Autor:** Jenny Alexandra Peñuela Salazar

**Año:** 2015

**Universidad:** Universidad Distrital Francisco José de Caldas Bogotá 2015

Salazar (2015) Presento el cometido de investigación a la universidad Distrital Francisco José de burga Bogotá donde obtuvo:

Donde el autor tiene la propuesta que se estructura en dos fases que se intercalan entre sí: Fase I “conociendo el teatro” y Fase II “hago teatro”, esto con el objetivo de articular la lectura-comprensión de textos, posterior escritura-producción de cada estudiante. Llegando a la siguiente conclusión:

Que el teatro permitió reconocer a los estudiantes, especialmente, a los sordos la riqueza que existe en la comunicación viso-gestual la que utilizan cotidianamente y que les resulta muy familiar, mediante la corta experiencia con el teatro analizaron su capacidad y habilidad para crear e imaginar una infinidad de sucesos sin tener que acudir al lenguaje oral y también el teatro como herramienta pedagógica permitió ver el lugar de la enseñanza más allá de los espacios convencionales salir del aula de clase, explorar espacios abiertos donde los estudiantes tienen mayor libertad generando más posibilidades de movimiento sin dejar de lado el proceso de adquisición del castellano escrito como segunda lengua apoyado desde el teatro como herramienta pedagógica. Es imprescindible recurrir a la expresión corporal para comunicarse esta es inherente a los seres humanos, por lo tanto, utilizar el teatro como un espacio cultural que incluye todos los elementos de la expresión no verbal; es ideal para reconocer esta forma de comunicación al mismo tiempo que fortalece el proceso de comprensión de textos mediante obras literarias.

### **Opinión personal**

Este trabajo de investigación logro aportar al entendimiento del teatro como una forma diferente de comunicación, una forma más clara, más comprensible para todo tipo de personas y que un teatro logra captar la atención necesaria para poder enseñar lo que creemos necesitamos saber

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

**Título:** “El Teatro como Herramienta de Comunicación Intercultural”

**Autor:** Rodrigo Benza Guerra

**Año:** 2007

**Universidad:** Universidad Pontificia Universidad Católica Del Perú

Benza, (2007) Presento la responsabilidad de investigación a la Pontificia Universidad Católica del Perú, donde el tesista realiza una prospección sobre la farándula o teatro como instrumento de comunicación intercultural, encaminada a la experiencia de farfolla con la aldea Shipibo – Konibo. Haciendo referencia de la farándula o teatro y la comunicación llegando a la siguiente conclusión:

Que el teatro sirve como un instrumento de comunicación Intercultural, comprobándose que el teatro es un enlace para informar sobre ciertas particularidades culturales propias y acerca de la visión de la otra cultura. No obstante, los lazos interculturales son mucho más complicadas y diversos elementos interceden en ellas. Además, el teatro y el ambiente que éste ocasiona, son instrumentos adecuados para las vinculaciones interculturales y cuentan con las siguientes ventajas como: que se emplea el pensamiento racional y metafórico sensible; por ello, consiente que lo que se desea comunicar posea mejor escenificación y así diseña diversos lenguajes como el oral, corporal, visual, sonoro, y del espacio.

## **Opinión personal**

Este trabajo de investigación ayudo a valorar más el teatro como una herramienta para poder conocer más sobre otras culturas y además intercambiar nuestras costumbres mostrándolas tal y como son, así se podrá vivir más de cerca la cultura nueva que queremos descubrir.

**Título:** “Manifestaciones Folclóricas del distrito de Juanji, provincia de Mariscal Cáceres – región San Martín, para generar un producto de turismo cultural”

**Autor:** Barrera Barzola Vanessa Del Pilar

**Año:** 2018

**Universidad:** Universidad Nacional de Trujillo

Barrera (2018), efectúa un compromiso de análisis para presentar a Universidad Nacional de Trujillo, donde el creador posee por artículo analizar las expresiones folclóricas más características para el cambio del Turismo Cultural en el paraje de Juanjuí. El cual posee distintas expresiones folclóricas, que incluyen los cuentos, mitos y leyendas, éstas evidencian la destacada decisión cultural que dimitieron las anteriores generaciones por medio de las distintas narraciones. Notables ingredientes que pueden ser estimados para implementar el Turismo Cultural al interior del distrito, asimismo indica que la cocina y sus fiestas tradicionales representativas, serian fundamentos favorables que pueden pensarse para suscitar un Turismo Cultural. Alcanzando a la siguiente conclusión:

Que el distrito de Juanjuí posee expresiones folclóricas relevantes como los cuentos, mitos y leyendas, su gastronomía, fiestas cotidianas y agricultura; las cuales valen para estimular un turismo cultural en el distrito. Un 32% de los encuestados se sienten más identificadas y orgullosas con la leyenda de Juna Huido, porque en ella se representa la historia de Juanjuí. Además, la gastronomía es múltiple, resaltando platos

típicos como el tacacho con cecina, el juane, la patarashca, el inchicapi y el juane de yuca; asimismo bebidas como la chicha de maíz, el chapo de plátano y el masato.

### **Opinión personal**

Este trabajo de investigación nos enseña que es posible explotar las costumbres o manifestaciones culturales como un producto de turismo cultural ya que para los turistas les resulta muy relevante e interesante conocer más a fondo sobre la cultura que visitaron y además a través de las manifestaciones culturales se logra conocer más sobre las costumbres y tradiciones de una localidad y más si esta es rica en ello.

### **2.1.3 Antecedentes Locales**

**Título:** “Interpretación de los Valores Estéticos en la Expresión Oral Teatral”

**Autor:** Héctor Huamán Omonte

**Año:** 2017

**Universidad:** Universidad Nacional Diego Quispe Tito del Cusco

Donde la observación del creador tiene por finalidad acopiar la documentación de los principios estéticos de la semblante verbal en la representación, y evidenciar las complicaciones de los estudiantes en la gesto hablado, a dividir de la cual se seducirá dichas capacidades por medio de la dramatización con la práctica de composición oral como técnica artificioso; también recogió la documentación de la utilidad estética de la manifestación vocal teatral, e identificó las complicaciones de los alumnos en la gesto verbal y estimuló el progreso de la creatividad en la semblante hablado a través de la trova vocal en el aula realizando una exposición con los comprendidos dictados para después calibrar la utilidad estética hallada. Llegando al futuro teoría:

Que las complicaciones de los alumnos en la manifestación oral en las cuatro sesiones donde se evidenciaron conflictos para improvisar, evidenciando nerviosidad por el pánico escénico de presentarse frente al público. El diseño de los contenidos dictados por medio de las espontaneidades de textos en el salón se ejecutó de forma regular donde el 86% de los estudiantes no estuvieron a la altura de las expectativas por categorías halladas y estimadas. (OMONTE, 2017)

### **Opinión personal**

Este trabajo de investigación aporta respecto a la comprensión de la importancia de los principios estéticos de la manifestación oral teatral ya que es muy importante a la hora de presentar una interpretación actoral para la mayor comprensión de los espectadores.

### **2.2 Bases teóricas.**

#### **Teoría del teatro**

Según Coli (1995) citado por Diniz y Torres (2014) En su trabajo de estudio denominado el teatro urbano defensa como una vivencia turística, afirman:

El arte es una manera de expresión de las personas para la manifestación de emociones, historia y cultura por medio de principios estéticos a través de la música, literatura, escultura, pintura, teatro, entre otros. Son todas las expresiones culturales realizadas por las personas como maneras de expresión de la realidad. (p.568)

Para Fisher (1973) citado por Diniz y Torres (2014) afirma. “El arte puede hacer que las sujetos se hallen en medio de una desintegración totalitaria, preparando a la persona para percibir su entorno y apoyarlo a cambiarla y perfeccionarla”. (p.568)



Culturalmente el arte se desarrolla un ambiente único donde los sentimientos se dan de modo privilegiado y específico.

El arte, por integrar muchas maneras, comprendidos y lenguajes, y causar distintas emociones, consiente el desarrollo de un público consumidor motivado por las expresiones de arte de un lugar.

De acuerdo con Araujo (2010) citado por Diniz y Torres (2014) el teatro.

Es una manifestación de arte cuya particularidad es la acción de la presentación y representación, incluye tres partes indispensables: el actor, el texto y el público. El teatro se sirve de expresiones como la danza y la música para acomodar y dar vida al entretenimiento.

Barretto (2008) citado por Diniz y Torres (2014) observa:

“Muchos directores con gran experiencia examinaron incontables alternativas de ambientes no tradicionales. El teatro se desarrolla en las calles, parques, plazoletas, fábricas, y demás escenarios no habitados”

De esta forma, la ciudad es un escenario adecuado para el desarrollo de una decoración y estructura de la dramaturgia. Se evidencia el cambio de la escenificación teatral de galerías, teatros y salas a ambientes públicos como calles, plazas y avenidas.

Bennett (2003) citado por Diniz y Torres (2014) donde. “Identifica que actualmente es habitual ejecutar entretenimientos teatrales en edificios originando una innovadora manera de producción de entretenimientos, el teatro callejero”

De acuerdo con Carreira (2007) citado por Diniz y Torres (2014) afirma.

El teatro callejero incluye espectáculos al aire libre que emplean ambientes urbanos adecuados periódicamente para el acto teatral y abiertos al público”.

Estos eventos quiebran las reglas de seguridad y estabilidad.

En las performances teatrales avasallan la creatividad y el movimiento de mensajes, cambiando a las ciudades en ambientes multifuncionales, ocasionando diversos hechos favorables como la adjudicación de la ciudad por parte de los habitantes, la organización de las áreas urbanas, la activación de la economía creativa y la diversificación del turismo.

Por medio del teatro es posible que ambientes informales como plazas o calles posean una dinámica urbana con flujos novedosos, siendo la ciudad un ambiente escénico nuevo.

Pavis (2005) citado por Diniz y Torres (2014) dice que. “el ambiente ya no es admitido como una caracola en donde se admiten convenios, sino como un elemento dinámico de la dramaturgia. Deja de ser un problema de carácter introspectivo y se convierte en un lugar visible de creación y manifestación de sentido”

Gontijo (2009) citado por Diniz y Torres (2014), sostiene que.

Al poseer una ciudad se ejecuta una simbiosis entre el teatro y la arquitectura concibiendo a ambos como recuerdos de cultura. El ambiente teatral contribuye a precisar la escenificación donde el público puede obtener un papel pasivo o más moderno, tomando el papel de copartícipes.

Rodrigues (2008) citado por Diniz y Torres (2014) aborda.

La producción del espacio escénico contemporáneo a través del análisis de distintas maneras de incautación del ambiente urbano por artistas, poseyendo como foco de examinación las producciones artísticas del grupo Teatro da Vertigem. La indagación propone el debate sobre los cambios que los ambientes urbanos soportan al ser resemantizados como ambientes teatrales. En relación con la hipótesis la carga semántica de los ambientes urbanos es puesta en escena en el juego teatral. El teatro urbano ejecuta sus trabajos usando la fuerza simbólica de los espacios en el contexto de la ciudad y de la cultura en la que están insertos.

Por medio de las artes desarrolladas en los espacios urbanos se tiende a fortalecer los vínculos de los pobladores con la ciudad. Al salir a las calles el teatro urbano puede alcanzar un público que normalmente no va al teatro debido a cuestiones culturales, educativas, económicas, etc. La convivencia de los espectáculos teatrales en la ciudad y el arte producido en y para la ciudad pueden estimular el interés por esa expresión artística motivando el deseo de las personas de participar activamente de las producciones que se desarrollan en diferentes espacios.

Féral y Bermingham (2002) citado por Diniz y Torres (2014) señalan:

La correspondencia dialéctica entre la escenificación teatral ocurrida en ambientes de la ciudad, conformada por actores y espectadores. Respecto a los autores son individuos que siembran la elección de escenas las que implantan los sentidos del entretenimiento teatral exterior, rehaciendo el entorno.

Al comprender a la ciudad y al público en los distintos performances, el teatro estimula la motivación de los habitantes por argumentos que vislumbran los ambientes donde éste se ejecuta. Al involucrarse con los dramas vividos por cada personaje el espectador se sensibiliza y se involucra con el contexto material y

simbólico donde la escena se concretiza. La ciudad es puesta en juego en el propio juego teatral. La ciudad está en escena.

Brügger (2008) citado por Diniz y Torres (2014) afirma:

Las mediaciones culturales suministran una perspectiva sobre las áreas urbanas, incitando el redescubrimiento y la confiscación de éstas por los habitantes y la revitalización de las áreas degradadas. La manifestación artística formadora que se realiza en el espacio público de la ciudad puede ser un instrumento eficaz para redimensionar y resignificar el paisaje urbano y la propia ciudad

Para Hora y Cavalcanti (2003) citado por Diniz y Torres (2014) dice:

Se trata de una reconversión de la mirada del residente hacia la mirada del turista, al permitir una postura dialéctica entre el poblador y el ambiente que lo rodea, permitiendo el deleite y la valoración del lugar además de contribuir con la revitalización de las áreas degradadas

Cruz (2010) citado por Diniz y Torres (2014) afirma:

En este escenario el arte constituido por carga figurada, al gestionar determinar una comunicación con la ciudad genera esta situación y la determinación de otra correspondencia con los ambientes urbanos

El teatro urbano consiente la diversificación del sector cultural originando la introducción social a través de las artes y la reproducción de trabajo y economía a los artistas.

Molin y Fernandes (2011) citado por Diniz y Torres (2014), afirman que:

La perspectiva del arte es un área de turismo cultural que va expandiéndose y si bien su examinación se enfoca en la alineación del público para las artes, su exploración acerca el tema favorece la comprensión de la relevancia que el aspecto artístico asume con la demanda turística,

El turismo conjetura el cambio y es una acción económica y cultural que desarrolla a extender la instrucción y la perspicacia entre los diferentes agrupados sociales. Es el sector en el que ese propósito se hace más claro, pues incluye partes del patrimonio cultural de una zona. El patrimonio cultural genera curiosidad y motivación.

Lucas (2000) citado por Diniz y Torres (2014) afirma. “El turismo cultural es la mezcla de los acontecimientos originarios de una zona con los servicios y construcciones para su exposición, originada por los profesionales que diseñan los productos de turismo”

Andrade (2000) citado por Diniz y Torres (2014) afirma al turismo cultural como:

Las acciones que se formalizan por medio de desplazamientos que pretenden complacer los anhelos del choque con los sentimientos artísticos, científicas, y averiguación de las personas.

Hughes (2008) citado por Diniz y Torres (2014) observa:

Las artes tienen permisibilidad para convertirse en interesantes turísticos pues forman claridad a los artistas y auxilian con el sector de manifestaciones culturales; y brotan como opciones para la recreación.

Araujo (2010) citado por Diniz y Torres (2014), vigorizan el progreso de las artes para el progreso de la actividad turística, al precisar que el arte cumple:

El papel de un instrumento efectivo en la divulgación de la cultura de un determinado lugar, pues por medio de ella es viable narrar los acontecimientos de una zona y ratificar su identidad a través de un esparcimiento característico e innovador, induciendo nuevas prácticas en la comunidad.

Cruz (2010) citado por Diniz y Torres (2014) afirma:

Al utilizar los productos culturales de una comunidad, el turista percibe este ambiente, indagando sus partes exóticas, con el propósito de descubrir la representación de sus maneras y comprendidos a través de distintas incitaciones visuales. Para que se dé la práctica turística, se requiere la percepción geográfica inclinada a las particularidades del entorno, mostrando un entorno más allá de las clarividencias de lo habitual.

El turismo cultural causa la interrelación entre culturas distintas y la perspicacia del patrimonio, también surge como elección para la incubación de trabajos, ingresos, y la diversificación de la economía local. Esta acción fortifica los integrantes del patrimonio de una zona, sea a través del perfeccionamiento de agrupados arquitectónicos, o de la optimización de las conmemoraciones populares tradicionales.

Diniz y Torres (2014) afirma:

Sin embargo, la valía turística de las expresiones de arte favorece a su espectacularización, con el posterior desgaste de sentido, singularidad, realidad y representación para servir a las motivaciones de la demanda de turistas. Así, el espíritu comunitario de las fiestas, los saberes tradicionales, las danzas y profanas es substituido para dar paso a un producto comercial, destituido de su importancia histórica, social y cultural.

El nuevo consumidor de turismo desea adquirir bienes, servicios y productos que posean una fuerte relación con la cultura de una comunidad. Productos turísticos alternativos basados en la experimentación, la vivencia y la reciprocidad. Productos culturales que al ser creados para el consumo sean gestionados por la

comunidad con una carga afectiva y simbólica que será recordada incluso al terminar el viaje.

En general los itinerarios turísticos tradicionales son establecidos previamente. Los visitantes sólo contemplan el paisaje urbano y las manifestaciones culturales son bienes a ser consumidos de modo fugaz y muchas veces sin una problematización por parte de los agentes que realizan los circuitos del visitante en la ciudad. Son productos estandarizados y masificados para el gran público que inducen a la pasividad de la mirada del turista.

Urry (1996) citado por Diniz y Torres (2014) afirma:

Paralizan que el turista posea una práctica más relevante con la zona visitada. En vínculo al teatro exterior o en zonas de fluido de turistas, favorecen a impedir los procedimientos de homogeneización de los recursos culturales que están aconteciendo por la globalización.

Mansur (2011) citado por Diniz y Torres (2014) afirma.

El fenómeno teatral, por su naturaleza vivencial, presencial y artesanal implica la posibilidad de resistencia a estos procesos de homogeneización de los espacios y por eso podemos llamar ‘invasoras’

En los itinerarios turísticos alternativos la existencia de un acontecimiento que rompa con los flujos repetitivos de una localidad conlleva a un nuevo tipo de encuentro entre turistas, espacio urbano y residente. Un encuentro no programado y planeado como parte del paquete ofrecido, pero que propone una oportunidad para promover un diálogo fructífero entre los actores turísticos y los actores sociales por una vía alternativa, la de las artes escénicas. El teatro urbano modifica y establece nuevas relaciones entre el ciudadano y las urbes, e induce a una

experiencia turística urbana singular y provocadora de nuevas formas de aprender la cultura local.

La experiencia de “ver” es substituida por la experiencia de “convivir”, de compartir sensaciones y emociones. El fenómeno teatral generaría contactos imprevisibles entre turistas y residentes cuyo resultado sería inusitado y promovería el enriquecimiento mutuo de las culturas puestas en contacto. El intercambio de diferentes saberes como el teatral, turístico y comunitario sería un trazo distintivo de la oferta cultural basada en las artes escénicas.

Vazquez y Ruggiere (2011) citado por Diniz y Torres (2014) determinan:

Una propuesta de turismo relacional. La correspondencia entre las artes escénicas y turismo se muestra como una base para el aprendizaje y escenificación contextual.

Fundando que los turistas no tienen un aprendizaje hondo sobre el vínculo de la cultura, el público al aire libre ayuda a la sumersión de los turistas en la cultura de la zona favoreciendo el conflicto de los comprendidos culturales.

Muchas ciudades han usado las artes escénicas como productos turístico-culturales a propósito de potencializar su oferta de atractivos y elevar su potencial de competitividad en el mercado.

Moreira (2005) citado por Diniz Torres (2014) afirma:

La ciudad de Recife, Pernambuco, posee festivales y manifestaciones de teatro en ambientes particulares y públicos como el Festival Nacional de Teatro, el proyecto “Todos Verão Teatro”, el "Curta Cena" o el “Janeiro de Grandes Espectáculos”, que acumulan gran cantidad de público.

Es relevante reflexionar el requerimiento de tematizar la oferta de turismo cultural. La propuesta busca que las ciudades redefinan la demanda de turismo a



periodos de baja en donde se minimizan los turistas. La ejecución de manifestaciones de teatro ocasiona la reducción de la estacionalidad.

Se busca que el teatro sea un elemento inseparable de los ambientes urbanos del municipio de Alcântara, Maranhão, mostrando el potencial para mediaciones artísticas en ambientes libres gestionando un plan de interposición artística con el propósito de diversificar el turismo.

### **Teoría del valor de las prácticas culturales**

(Colomer, 2018) afirma:

La valía objetiva es el que ha sido identificado por el sector cultural y por el contexto en la que se ejecuta. Se establece la siguiente taxonomía de principios objetivos de las acciones culturales:

#### **Valores intrínsecos**

- Como experiencia individual contribuyen fortuna autotélico de naturaleza lógica, sensorial y sentimental.
- Como cambio humano contribuyen juicio y concernientes figurados y estéticos que proporcionan la consciencia lógica.
- Como práctica simultánea ayudan a la formación de conocimiento e identidad grupal.

#### **Valores instrumentales**

- **Valor económico**

Forman riqueza, favoreciendo de forma directa o indirecta al desarrollo del PIB y contribuyendo activos intangibles, como la creatividad e invención, al progreso de otros sectores.

Posee una valía pasivo o de no utilización, como la valía de existencia, de influencia, de elección y de legado.

- **Valor relacional**

Distinción social o locución de la coincidencia de un agrupado.

Contribución a la composición e impulso social.

La valía subjetiva es la apreciación que un individuo sobre los principios objetivos apuntados. Los principios explicados en la taxonomía no son excluyentes, pues en una misma acción cultural son distinguidos, diferentes de ellos se vigorizan y fortalecen.

Los porcentajes de penetración social de las acciones culturales en una sociedad cultural muestran las discrepancias de valor subjetivo que les otorgan sus miembros, y, por otro, su grado de accesibilidad.

La apreciación intrínseca de una acción cultural se vale de la convivencia entre los principios objetivos de una acción. De ahí se desprende que los mayores asociados para el progreso de los públicos son los terceros de procedimientos educativos durante la infancia y la adolescencia. (P.2-3)

### **Teoría de la actividad turística**

PENTUR (2016) conceptua:

El turismo es una actividad económica que ha presentado un crecimiento sostenido en llegadas de turistas internacionales, con un promedio de crecimiento mundial anual de 4,5% entre el 2011 y el 2015; por lo que es visto hoy en día como uno de los sectores económicos más estables a nivel mundial.

## **Teoría del Turismo**

OMT (2018) conceptua:

Después de muchos años se ha podido definir una nueva concepción, es así que el Turismo es un fenómeno la cual involucra a la cultura, sociedad y a la economía que va en relación con la actividad de las personas a lugares que están fuera de la residencia habitual ya sea por motivos de negocios, motivos personales o profesionales, pues a estas personas se les considera como visitantes; estos pueden ser turistas, excursionistas, residentes o no, puesto que el turismo tiene que ver con sus actividades.

### **Teoría del turismo cultural**

Según Santana (2003):

El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Este artículo argumenta que los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda.

### **Teoría del teatro cultural**

Pérez y Merino (2017) afirman:

El teatro cultural forma parte de las artes escénicas, su desarrollo está vinculado con actores que representan una historia o arte a una audiencia, representando la cultura o civilización tomada en su sentido etnográfico amplio que incluye conocimientos, ideologías, arte, tradiciones, conformado por los siguientes aspectos:

- **Guion:** Todo lo que interpretan y dice los actores como son mitos cuentos leyendas.
- **Actuación:** Procedimiento ejecutado un actor al responsabilizarse por la recreación de un personaje.
- **Escenografía:** Lugar donde se presentará la obra teatral
- **Dirección:** Los dictámenes que impone el comprometido con una esceificación.

### **Teoría de la diversificación turística**

Mincetur (2014) sostiene los siguientes conceptos:

**Empresas Turísticas.** -Bridan acciones de recreación, acontecimientos y visitas a zonas de motivación para los turistas.

**Oferta Turística.** Es el agrupado de productos y servicios vinculados a una zona geográfica y socio-cultural, que buscan consentir, proporcionar y atenuar el uso de los atractivos de una zona, y cuyos oferentes desean vender a un costo y tiempo específico, para ser empleado por los turistas.

**Producto Turístico.** - Es un agrupado de elementos concretos e intangibles que contienen recurso, construcción, acciones de recreación, íconos y símbolos para complacer las expectativas, siendo distinguidos como una práctica de turismo.

**De recurso a atractivo:** El recurso turístico no asegura la actividad turística. Si se le incorpora instalaciones, equipamiento y servicios de calidad que agregan valor, el recurso turístico es ahí un atractivo turístico.

**De Atractivo a producto:** Ocurre cuando el atractivo turístico, conformado por la planta turística y la infraestructura, se acoplan para condescender un producto turístico. El producto turístico incluye distintas tipologías de atractivos:

naturales o elaborados, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, y demás. Según la OMT, el diseño de un producto turístico es un procedimiento donde los bienes de una zona específica se adaptan a los requerimientos.

### **2.3 Marco Conceptual**

**Actividad turística.** - Busca brindar al turista la probabilidad de destinar su tiempo a ciertas acciones, incluye una suma de productos y servicios en donde el turista es un elemento activo y pasivo del turismo. (Canarias, 2010, p.15)

**Actividad turística.** – Cuyo propósito es dotar a los turistas un servicio turístico, incluyendo actividades como: alojamiento, restauración, estructuración de productos y servicios, distribución, transporte, y demás. (Navarro, 2010, p.17)

**Atractivo turístico.** – Es toda zona, material o suceso vinculado a la acción turística como los hechos culturales, monumentos, entre otros; siendo un motivo para el aumento de la demanda de turismo. (Intosh, 1983, p.58)

**Atractivo turístico.** – Es un destino de provecho para los turistas que tiene una valía cultural, histórica o una correspondencia para la recreación. (Mincetur, 2014)

**Servicios turísticos.** – Es el agrupado de acciones que buscan satisfacer las exigencias del turista, ejecutadas por el ser humano para la complacencia de desplazamiento del turista y del turismo. (Navarro, 2010, p.18)

**Servicios turísticos.** Es la transferencia de bienes turísticos para la vinculación entre el productor y consumidor, buscando la complacencia del visitante. (Gamboa, 2009, p.76)

## **Teatro cultural**

Osorio (2014) afirma:

El teatro es un arte complicado que contiene partes orales, comunicados a través de diálogos, así como imágenes, comunicados de forma gestual y actuaciones de actores, perfeccionados por la decoración, vestuario, iluminación y otros. La historia muestra una interrelación constante entre costumbre y modernidad, siendo la tragedia el género originario en Grecia, cuya definición fue dada un siglo más tarde por Aristóteles, que ha guardado su valor referencial y eficacia a lo largo de los siglos hasta llegar en el siglo XX a grandes discusiones acerca del papel del teatro que postulan la formulación de un teatro antiaristotélico, como si se tratase de algo presente, y no una reliquia del pasado.

(p.55)

## **Cultura**

Según la (UNESCO) conceptúa:

Agrupado particular de una sociedad en el aspecto espiritual, material, y emocional vislumbrando el arte y literatura, los modelos de vida, principios, costumbres e ideologías. Incluye además las artes y las letras, principios imprescindibles, y formas de actuar. La cultura es la manera estructurada de la acción de la sociedad que es consecuencia de interacción lógica.

## **Cultura**

Herrero (2003) conceptua:

La cultura es una elaboración teórica surgida de la conducta de las personas de una sociedad. Por ello, la cultura de un agrupado se origina por medio de la información acerca de sus miembros. Cada persona posee un modelo de conducta, conocido como cultura individual, que está compuesta por pautas de

actuación que comparte con su grupo social. Por tanto, la cultura de una sociedad se basa en la relación mutua que existe entre los mapas mentales individuales. El antropólogo, como no puede conocer directamente el contenido mental de una persona, determina las características de estos mapas mentales a través de la observación del comportamiento. (p.1)

## **Turismo**

OMT (2018) determina que:

El turismo es un hecho social, cultural y económico, caracterizado por el desplazamiento de individuos a zonas externas a su ambiente usual por motivaciones individuales, de estudios o de trabajo. Son denominados viajeros y el turismo son las acciones que ejecutan, que muchas veces requieren de un gasto.

### **Oferta turística.**

OMT (2018) determina que:

La oferta de turismo es un agrupado de productos y servicios, recursos y construcciones ubicados en una zona en específico, y que están organizados de forma tal que estén utilizables para los turistas. Está estructurada por tres partes: Recursos turísticos, que son los atractivos de una zona específica, sean de naturaleza natural, histórico, o cultural, y son el motivo relevante del turista. Infraestructuras, que son los elementos físicos públicos o privados. Empresas turísticas, que brindan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, como los restaurantes, bares, teatros, y demás. Por lo que, la oferta turística es un agrupado de productos y servicios vinculados a una zona geográfica y socio-cultural específica, que es aprovechado por los turistas y visitantes para dinamizar la economía de una comuna.

## **Guion.**

Para Peña (2016) afirma:

El guion debe evidenciar un golpe mediático, debe presentar un contenido social por medio de un cuento narrado por íconos, y con diálogo e interpretación de una determinada situación. (p.15)

## **Actuación.**

Pérez y Merino (2017) conceptúan:

Actuación es el ejercicio de actuar. Simboliza la escenificación que lleva a cabo un actor al interpretar un papel. El actor es quien personificar y da vida al personaje. La actuación abarca una personalización física (por medio del vestuario, el maquillaje, pelucas, etc.). El propósito del actor es mostrarse natural y creíble, consiguiendo que el público sea parte de la historia y se desprenda de la realidad por un determinado momento.

## **Obras Teatrales**

Ortiz (2019) indica:

Una obra teatral es un género cuyo propósito es la representación de un cuento en un escenario. Se da a través de escenificaciones ejecutadas con la mediación de personajes representados por actores, que emplean el diálogo para relacionarse.

Una obra teatral se realiza a través de un guion, que muestra los modelos a ceñirse por el actor para dar noción narrativa al cuento. El guion es elaborado por un dramaturgo.

La obra puede ser: tragedia, comedia, tragicomedia, monólogo, teatro de títeres, teatro musical, y drama. Mientras que el sentido estilístico y escenario histórico puede ser: griega, oriental, barroca, moderna, romántica, simbolista, expresionista, neoclásica, entre otros.



**Guion:**

Todo lo que interpretan y dice los actores como son mitos cuentos leyendas.  
(JULIÁN PÉREZ PORTO 2012)

**Dirección:**

Son los mandatos que impone el comprometido con una escena. (JULIÁN PÉREZ PORTO 2012)

**Actuación:**

Procedimiento que ejecuta un actor al tomar la configuración de un personaje.  
(JULIÁN PÉREZ PORTO 2012)

**Escenografía:**

Lugar donde se presentará la obra teatral (JULIÁN PÉREZ PORTO 2012)

**Empresas Turísticas:**

Brindan acciones de recreación, sucesos y visitas a destinos turísticos. Las acciones ofertadas difieren y su interrelación con el turismo es el de ser demandadas por los visitantes.  
(NARVÁEZ CASTRO, 2013)

**Oferta Turística:**

Es el agrupado de productos turísticos y servicios dispuestos a los turistas en un destino específico para su regocijo y uso” (OMT, 1998)

**Producto Turístico:**

Agrupado de elementos concretos e intangibles que componen atractivos turísticos, infraestructura, acciones de recreación, íconos y valores simbólicos para complacer las expectativas de los visitantes. (MINCETUR, 2011)

## **2.4 Variable e indicadores.**

### **2.4.1 Identificación de la variable.**

El presente trabajo de investigación cuenta con las siguientes variables:

#### **Variable 1**

Teatro Cultural

#### **Variable 2**

Actividad Turística

## 2.4.2. Operacionalización de variables

Tabla 1: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>TEATRO CULTURAL</b> (variable 1)	El teatro cultural es una forma de arte escénica, su diseño está emparentado con actores que escenifican una historia o arte a una audiencia, representando la cultura o civilización tomada en su sentido etnográfico amplio que incluye conocimientos creencias arte moral costumbres, conformado por los siguientes aspectos: Guion Actuación Escenografía Dirección. (Pérez & Merino, 2017)) pg28	<b>Guion:</b> Todo lo que interpretan y dice los actores como son mitos cuentos leyendas. (Pérez & Merino, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros de mitos cuentos y leyendas.</li> <li>• Guionistas o autores</li> <li>• Obras teatrales</li> </ul>
		<b>Dirección:</b> Las ordenes que dicta el comprometido en escena. (Pérez & Merino, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director</li> </ul>
		<b>Actuación:</b> Procedimiento que ejecuta un actor al escenificar a un personaje. (Pérez & Merino, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actores</li> </ul>
		<b>Escenografía:</b> Lugar donde se presentara la obra teatral (Pérez & Merino, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teatro Pachacutec</li> </ul>
<b>DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA</b> (variable 2)	Diseño de nuevos productos turísticos. Por ejemplo, si se ha identificado una nueva oportunidad de propuesta turística para un segmento determinado. Conformado por los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa turística</li> <li>• Oferta turística</li> <li>• Producto turístico( (Mincetur, 2014)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Empresas Turísticas.</b> – Brindan acciones de recreación, acontecimientos y visitas zonas de motivación turística. Las acciones ofertadas por esta tipología de organizaciones son distintas y su nexo de relación con el turismo es el de ser demandadas por el turista. (NARVÁEZ CASTRO, 2013)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de servicios</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Oferta Turística.-</b> Es el agrupado de productos turísticos y servicios brindados para los turistas en una zona específica para su uso” (OMT, 1998)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atractivo turístico</li> <li>• Precios turísticos</li> <li>• Empleo</li> <li>• Estado del atractivo</li> <li>• Circuito turístico</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Producto Turístico.</b> – Agrupado de elementos concretos e intangibles que contienen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, acciones de recreación, íconos y símbolos para complacer motivaciones y expectativas, siendo distinguidos como una experiencia turística. (MINCETUR, 2011)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Infraestructura turística.</li> </ul>

## **CAPITULO III**

### **MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Tipo de investigación**

El tipo de indagación fue básica – descriptiva, que de acuerdo a (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 201, acopia datos acerca de conceptos o categorías, para describirlos respecto a cómo es y cómo se desenvuelven; también busca la creación de nuevos conocimiento a través del acopio de datos y así poseer mayores resultados acerca de la realidad.

#### **3.2 Diseño de la investigación**

El diseño del estudio es no experimental, pues según (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2014) solo se observan las categorías en su escenario real para ser examinados, sin alterar sus particularidades. El trabajo fue en campo y los datos fueron acopiados en un periodo específico.

#### **3.3 Población**

La población la conforman turistas extranjeros, nacionales y locales, que visitaron el poblado de Machupicchu.

#### **3.4 Muestra**

Se empleó el muestreo no probabilístico de carácter voluntario que considera a 75 visitantes que hayan llegado al pueblo de Machupicchu con fines turísticos.

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

#### **3.5.1 Técnicas**

Entrevistas

Observación

Encuesta

#### **3.5.2 Instrumentos**

- Diario de Campo
- Cámara fotográfica
- Cuestionario

### **3.6 Validez y confiabilidad de los instrumentos**

La validez y confiabilidad de los instrumentos se estableció por medio de expertos y especialistas de la actividad turística vinculados con la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco quien estará a cargo de dicho componente.

### **3.7 Plan de análisis de datos**

Para el procedimiento de la información se utilizó

Software SPSS

Microsoft Excel

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

##### 4.1.1. Presentación del instrumento

Para determinar la importancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu - Cusco 2020, se encuestó 75 visitantes que visitaron el pueblo de Machupicchu con fines turísticos, en el que se considera 16 ítems distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla** **2**  
*Distribución de los ítems del cuestionario*

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Teatro cultural	Guion	Libros de cuentos mitos y leyendas	1, 2
		Guionistas y autores	3
		Obras teatrales	4
	Dirección	Director	5
	Actuación	Actores	6
	Escenografía	Teatro Pachaqutec	7
Diversificación turística	Empresa turística	Calidad de servicio	8, 9
		Atractivo turístico	10
	Oferta turística	Precio turístico	11
		Empleo	12
		Estado de atractivo	13

	Circuito turístico	14
Producto turístico	Servicios básicos	15
	Infraestructura turística	16

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

### Tabla

3

#### *Descripción de la Baremación y escala de interpretación*

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Poco adecuado
3,41 – 4,20	Adecuado
4,21 – 5,00	Muy adecuado

Fuente: Elaboración propia

#### 4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado

Para establecer la fiabilidad del cuestionario empleado en la determinación de la importancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu - Cusco 2020, Cusco 2020. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se supone lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8, el instrumento es fiable.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8, el instrumento no es fiable.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se empleó el software SPSS, que muestra lo siguiente:

***Estadísticas de fiabilidad***

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.869	16

Como se observa, el Alfa de Cronbach es igual a 0.869, entonces el instrumento es fiable para el procesamiento de la data.

**4.2. Resultados de las dimensiones de la variable teatro cultural**

Para conocer de qué manera la implementación del teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu – Cusco 2020, se describe las dimensiones: Guion, Dirección, Actuación y Escenografía. Los resultados se presentan a continuación:

**4.2.1 Guion**

***Guion***

	Libros de cuentos, mitos y leyendas	Guionistas y autores	Obras teatrales	Guion
	%	%	%	%
Municipalidad de Machupicchu	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Municipalidad de Inca	5,4%	6,5%	0,0%	6,5%
Municipalidad de Potosí	3,2%	1,4%	1,8%	3,2%



Ade	5	5	4	5
cua	1,	1,	8,	0,
do	6	6	4	5
	%	%	%	%
Mu	3	2	3	3
y	8,	8,	9,	9,
ade	7	0	8	8
cua	%	%	%	%
do				
Tot	1	1	1	1
al	0	0	0	0
	0,	0,	0,	0,
	0	0	0	0
	%	%	%	%

Fuente: Elaboración propia

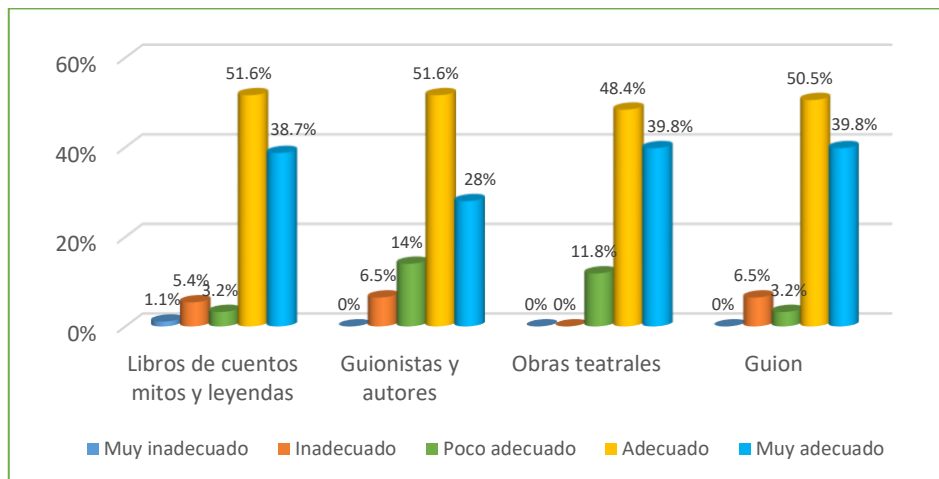


Figura 1: Guion

### Interpretación y análisis:

En la tabla 5 y la figura N° 1, de las dimensiones de la variable teatro cultural el indicador de libros de cuentos mitos y leyendas manifestó el 51.6% de la población encuestada dijo que es adecuado, el 38.7% opino que es muy adecuado los libros de mitos cuentos y leyendas en las obras teatrales y en muy bajos porcentajes opinaron que es inadecuado con un 5%, poco adecuado 2% y muy inadecuado 1.1% que se deba considerar a los autores en los libros de cuentos mitos y leyendas en las obras

teatrales.

En la tabla 5 y la figura N° 2, de las dimensiones de la variable, el indicador guionista y Autores: se observó que el 51.6% considera adecuado, Así mismo el 28% consideran muy adecuado, el 14% opina que es poco adecuado el 6% opino que es inadecuado el hecho de que se adapte los libros de autores de mitos cuentos y leyendas en guiones para ser interpretados en el teatro cultural,

En la tabla 5 y la figura N° 3, de las dimensiones de la variable, el indicador Obras Teatrales: opino el 48.4% que es adecuado, el 39.8% considero muy adecuado, el 11.8% opina que es poco adecuado que las obras teatrales serian una actividad atractiva para los turistas.

En la tabla 5 y la figura N° 4, la dimensión Guion: mostró que el 50.5% considera adecuado, 39.8% dijo muy adecuado 3.2% opina que es poco adecuado, el 6.5% considera es inadecuado que se presente los libros de mitos, cuentos y leyendas para ser adaptados por los guionistas para presentarlos en el teatro cultural a través de obras teatrales.

## 4.2.2 Dirección

### Tabla

#### *Dirección*

	Director		Dirección	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%
Inadecuado	1	1,1%	1	1,1%
Poco adecuado	11	11,8%	11	11,8%
Adecuado	36	38,7%	36	38,7%
Muy adecuado	45	48,4%	45	48,4%
Total	93	100,0%	93	100,0%

Fuente: Elaboración propia

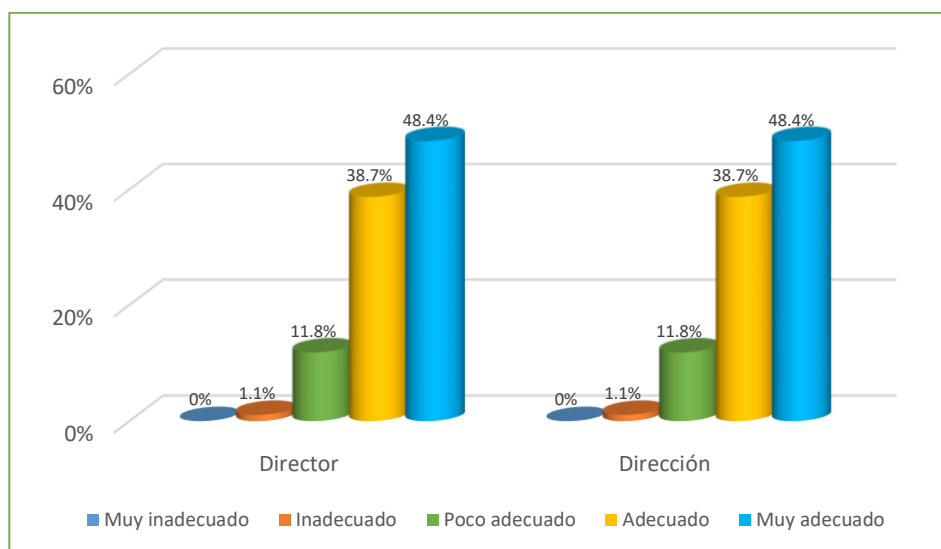


Figura 2: Dirección

### Interpretación y análisis:

En la tabla 6 y la figura N° 1, de la dimensión de la variable dirección el indicador director manifestó el 48.4% de la población encuestada dijo que es muy adecuado, el 38.7% opino que es adecuado, 11.8% poco adecuado, 1.1%

inadecuado, que el director del teatro cultural debe conocer sobre la historia de mistos cuentos y leyendas para poder dirigir de mejor manera las obras teatrales, mientras el indicador Dirección obtuvo el mismo porcentaje que su dimensión correspondiente.

### 4.2.3 Actuación

#### Tabla

7

#### Actuación

	Actores		Actuación	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%
Inadecuado	12	12,9%	12	12,9%
Poco adecuado	37	39,8%	37	39,8%
Adecuado	25	26,9%	25	26,9%
Muy adecuado	19	20,4%	19	20,4%
Total	93	100,0%	93	100,0%

Fuente: Elaboración propia

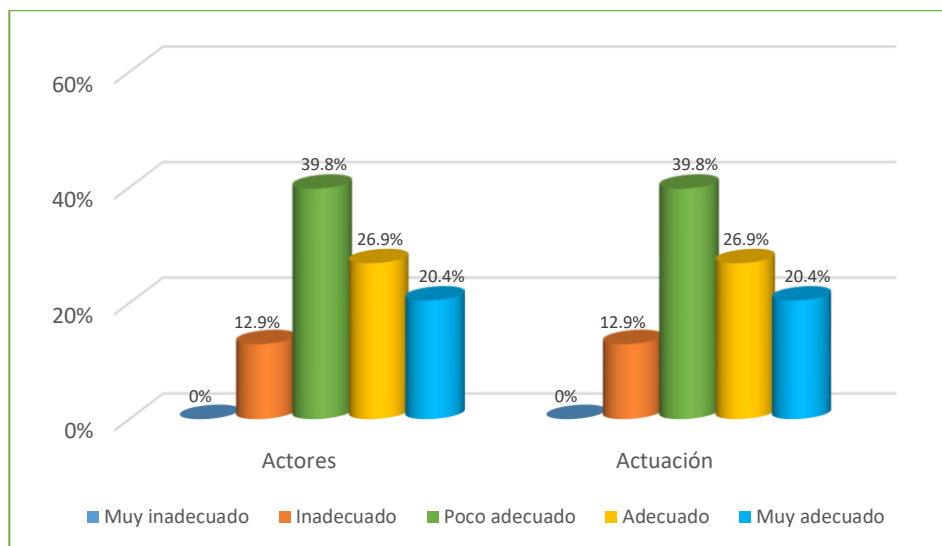


Figura 3: Actuación

### Interpretación y análisis:

En la tabla 7 y la figura N° 1, de la dimensión de la variable, el indicador Actores: opino el 26.9% que es adecuado, el 20.4% considero muy adecuado, el 39.8% opina que es poco adecuado, el 12.9% indica que es inadecuado, que los actores deberán ser pobladores del distrito de Machupicchu, mientras el indicador Dirección obtuvo el mismo porcentaje que su dimensión correspondiente.

#### 4.2.4 Escenografía

**Tabla**

***Escenografía***

8

	Teatro Pachaqutec		Escenografía	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%
Inadecuado	12	12,9%	12	12,9%
Poco adecuado	37	39,8%	37	39,8%
Adecuado	25	26,9%	25	26,9%
Muy adecuado	19	20,4%	19	20,4%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0%</b>	<b>93</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

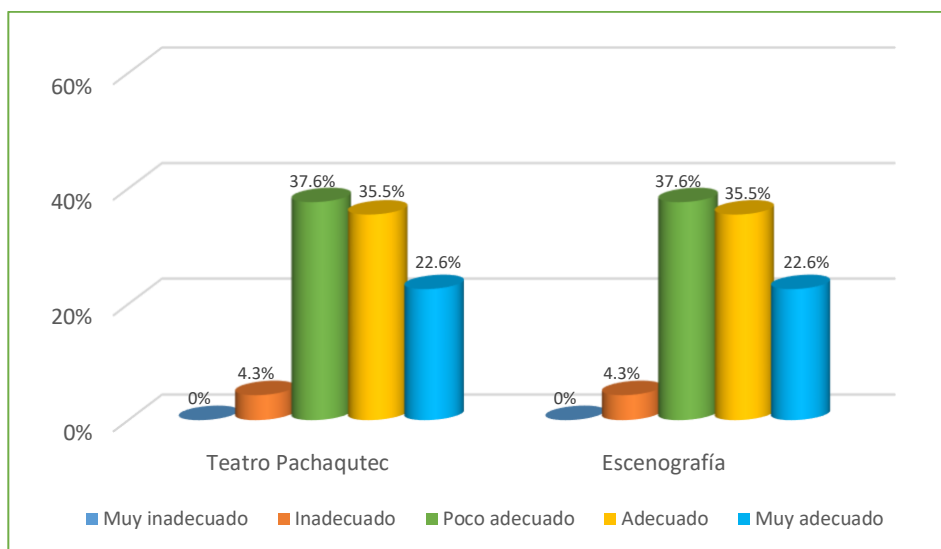


Figura 4: Escenografía

### Interpretación y análisis:

En la tabla 8 y la figura N° 1, la dimensión de la variable, el indicador Teatro Pachacutec: mostró que el 35.5% considera adecuado, 22.6% dijo muy adecuado, 37.6% opina que es poco adecuado, el 4.3% considera es inadecuado, que el teatro cultural debería realizarse en el teatro Pachacutec del distrito de Machupicchu mientras el indicador Escenografía obtuvo el mismo porcentaje que su dimensión correspondiente.

### 4.3. Resultado de la variable Teatro cultural

**Tabla**

**9**

*Teatro cultural*

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	4	4,3%
Poco adecuado	5	5,4%
Adecuado	50	53,8%
Muy adecuado	34	36,6%
Total	93	100,0%

Fuente: Elaboración propia

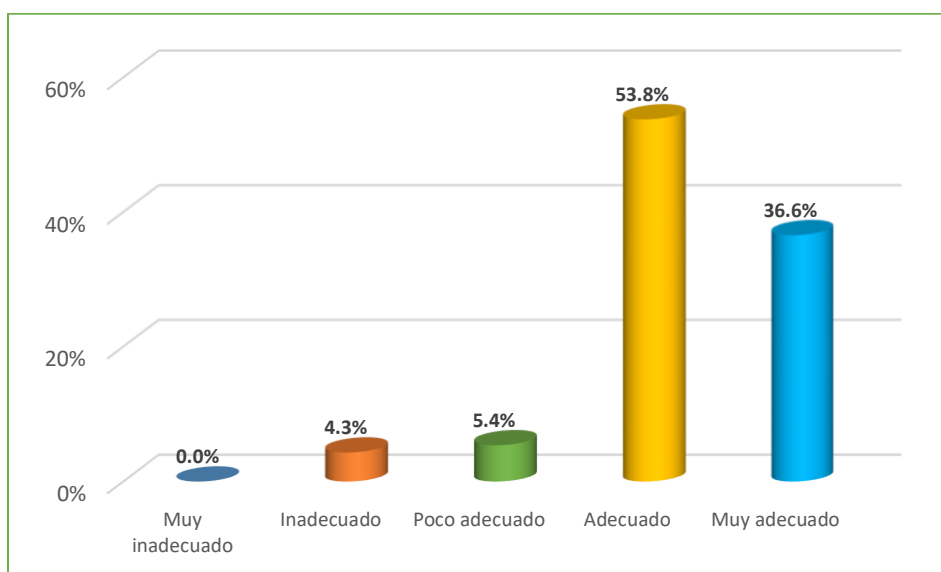


Figura 5: Teatro cultural

### Interpretación y análisis:

En la tabla 9 y la figura N° 1, la variable Teatro cultural opino el 53.8% que es adecuado, el 36.6% considero muy adecuado, el 5.4% opina que es poco adecuado y el 4.3% opina es inadecuado, que el teatro cultural representará la historia de nuestra cultura y que logrará representarla a través de un guion, y la dirección de un director que conozca sobre la cultura de mitos cuentos y leyendas.

#### 4.4. Resultados de las dimensiones de la variable Diversificación turística

Para conocer de qué manera la implementación del teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu – Cusco 2020, se describe las dimensiones: Empresa Turística, Oferta Turística, y Producto Turístico. Los resultados se presentan a continuación:

#### 4.4.1. Empresa turística

**Tabla**

*Empresa turística*

	Calidad de servicio		Empresa turística	
	f	%	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%	0	0,0%
Inadecuado	8	8,6%	8	8,6%
Poco adecuado	0	0,0%	0	0,0%
Adecuado	35	37,6%	35	37,6%
Muy adecuado	50	53,8%	50	53,8%
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100,0%</b>	<b>93</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia

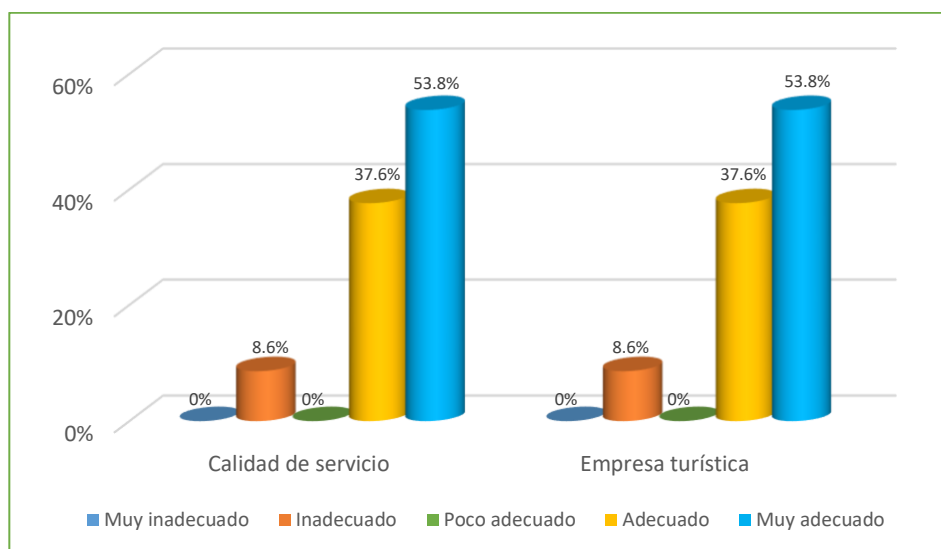


Figura 6: Empresa turística

#### **Interpretación y análisis:**

En la tabla 10 y la figura N° 1, de la dimensión de la variable, el indicador calidad de servicio: se observó que el 53.8% considera muy adecuado, así mismo el 37.6% consideran adecuado, el 8.6% opina que es poco adecuado que al presentarse



en escena las obras teatrales estas deben garantizar que el público entienda el desarrollo de la obra y que también se debe tener cuidado con el vestuario en representación de nuestra cultura, mientras el indicador Empresa turística obtuvo el mismo porcentaje que su dimensión correspondiente.

#### 4.4.2. Oferta turística

Tabla

11

*Oferta turística*

	Atractivo turístico	Precio Turístico		Empleo		Estado de Atractivo		Circuito Turístico		Oferta turística		
	f %	f %	f %	f %	f %	f %	f %	f %	f %	f %		
Muy inadecuado	3	3,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	3,2%
Inadecuado	0	0,0%	1	10,8%	4	43,3%	5	54,4%	4	43,3%	1	11,1%
Poco adecuado	5	16,1%	8	30,1%	2	23,7%	7	50,5%	9	20,4%	1	11,1%
Adecuado	2	45,2%	8	40,9%	4	48,4%	1	33,3%	6	49,5%	8	83,9%
Muy adecuado	3	35,5%	7	18,3%	2	23,7%	0	10,8%	4	25,8%	0	10,8%
Total	3	100,0%	3	100,0%	3	100,0%	3	100,0%	3	100,0%	3	100,0%

Fuente: Elaboración propia

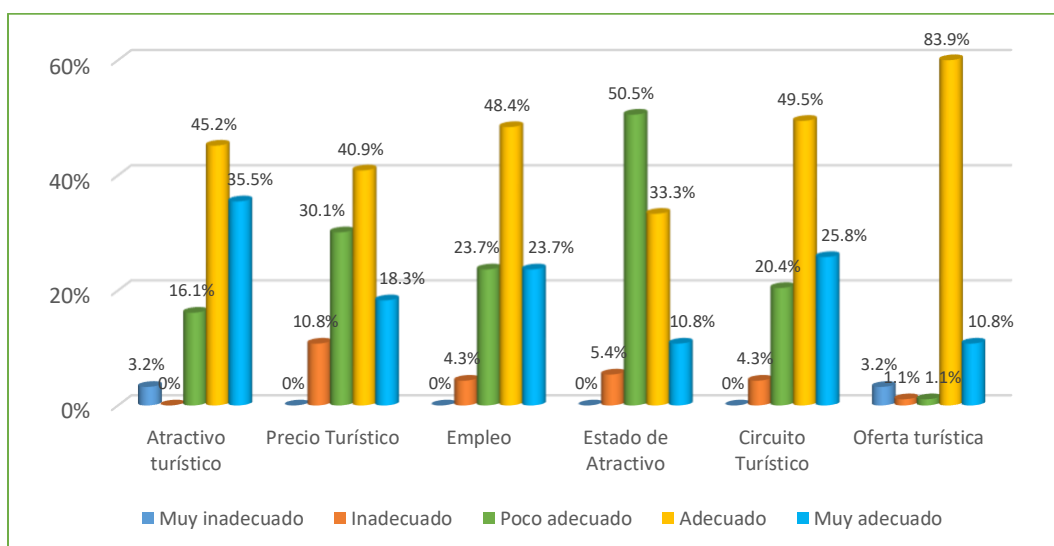


Figura 7: Oferta turística

### **Interpretación y análisis:**

En la tabla 11 y la figura N° 1 de la dimensión de la variable, el indicador Atractivo turístico: opino el 45.2% que es muy adecuado, el 35.5% considero muy adecuado, el 16.1% opina que es poco adecuado y el 3.2% considera muy inadecuado que considerar al teatro cultural sería una actividad favorecedora como atractivo turístico del distrito de Machupicchu.

En la tabla 11 y la figura N° 2, la dimensión de la variable, el indicador Precio turístico: mostró que el 40.9% considera adecuado, 18.3% dijo muy adecuado 30.1% opina que es poco adecuado, el 10.8% considera es inadecuado considerar el hecho de que para acceder al teatro cultural se deba considerar un precio turístico

En la tabla 11 y la figura N°3, la dimensión de la variable, el indicador Empleo: mostro que el 48.4% de los encuestados considera muy adecuado, el 48.4% adecuado, el 23.7% poco acudo, por último, el 4.3% considera inadecuado que el teatro cultural generaría más empleo en el distrito de Machupicchu

En la tabla 11 y la figura N°4, la dimensión de la variable, el indicador Estado del atractivo: mostro que el 10.8% de los encuestados considera muy adecuado, el 33.3% adecuado, el 50.5% poco acudo, por último, el 5.4% inadecuado que el teatro Pachacutec muestra condiciones óptimas para la presentación de obras teatrales.

En la tabla 11 y la figura N°5, la dimensión de la variable, el indicador Circuito turístico: mostró que el 25.8% de los encuestados considera muy adecuado, el 49.5% adecuado, 20.4% poco acudo, por último, el 4.3% considera es inadecuado que el teatro Pachacutec debería formar parte del circuito turístico.

En la tabla 11 y la figura N°6 la variable Oferta turística 10.8% de los encuestados considera muy adecuado, el 83.9% adecuado, el 1.1% poco adecuado, 1% considera que es inadecuado que el conjunto de productos turísticos que son el atractivo turístico, precio turístico, empleo, estado del atractivo y el circuito turístico que el teatro cultural Pachacutec pretenderá ofrecer.

### Producto turístico

**Tabla**

**12**

***Producto turístico***

	Servicios básicos		Infraestructura turística		Producto turístico	
	f	%	f	%	f	%
Muy inadecuado	3	3,2%	0	0,0%	0	0,0%
Inadecuado	2	2,2%	0	0,0%	3	3,2%
Poco adecuado	6	6,5%	4	47,3%	2	2,2%
Adecuado	3	36,6%	3	37,6%	7	80,6%
o	4		5		5	
Muy adecuado	4	51,6%	1	15,1%	1	14,0%
	8		4		3	
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>
	<b>3</b>	<b>%</b>	<b>3</b>	<b>%</b>	<b>3</b>	<b>%</b>

Fuente: Elaboración propia

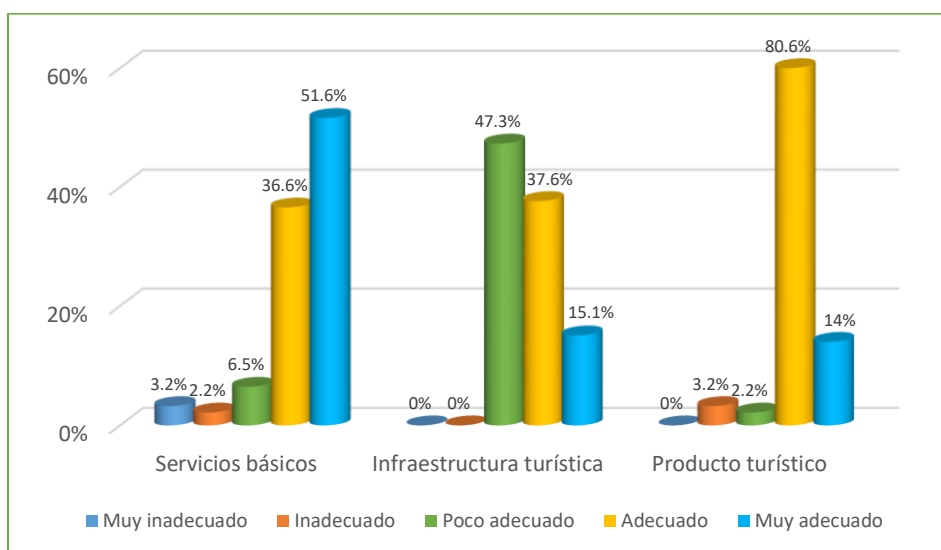


Figura 8: Producto turístico

### Interpretación y análisis:

En la tabla 12 y la figura N° 1 de las dimensiones de la variable, el indicador Servicios Básicos: opino el 51.6% que es muy adecuado el 36.6% adecuado, el 6.5% opina que es poco adecuado, el 2.2% considera inadecuado, 3.2% muy inadecuado que el teatro el teatro deba tener servicios básicos.

En la tabla 12 y la figura N° 2 de las dimensiones de la variable, el indicador Infraestructura turística: opino el 15.1% muy adecuado el 37.6% adecuado, el 47.3% poco adecuada, que la infraestructura del Teatro cultural sea adecuada para la presentación de las obras teatrales.

En la tabla 12 y la figura N° 3 la variable Producto turístico: opino el 14% muy adecuado, el 80.6% adecuado, el 2.2% opina que es poco adecuado, el 3.2% considera inadecuado el conjunto de componentes conformado por servicios básicos e infraestructura turística del teatro Pachacutec.

#### 4.5. Resultado de la variable Diversificación turística

**Tabla**  
*Diversificación turística*

	f	%
Muy inadecuado	0	0,0%
Inadecuado	4	4,3%
Poco adecuado	4	4,3%
Adecuado	67	72,0%
Muy adecuado	18	19,4%
Total	93	100,0%

Fuente: Elaboración propia

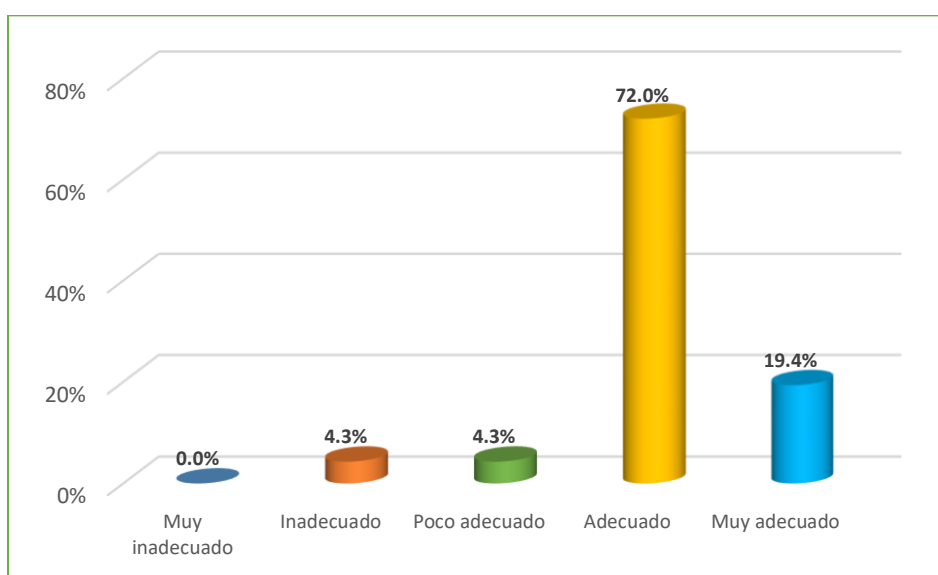


Figura 9: Diversificación turística

#### **Interpretación y análisis:**

En la tabla 13 y la figura N° 1 la variable Diversificación turística: El 19.4% de la población encuestada indica que es muy adecuado, 72.0% opina que es adecuado, el 4.3% poco adecuado, por último, el 4.3% considera que es poco inadecuado considerar al teatro cultural como una nueva oportunidad de

propuesta turística para diversificar la actividad turística del distrito de Machupicchu.

## CAPITULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1 Discusión

##### 5.1.1. Descripción de hallazgos más relevantes

El estudio se ejecutó para determinar la relevancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu – Cusco 2020.

Respecto a los resultados, se evidencia que el teatro cultural contribuye de forma significativa con el progreso de los habitantes del distrito de Machupicchu a través de los libros de cuentos mitos y leyendas que serán adaptados en guiones para ser interpretados en obras teatrales, así diversificar la actividad turística de este distrito ya que nuestra cultura de mitos cuentos y leyendas despiertan un gran interés en los visitantes de este distrito.

La cultura es el agrupado de bienes materiales y espirituales de un conjunto social traspasado de generación en generación con el propósito de guiar las acciones particulares y grupales. Incluye lengua, procesos, modos de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, valores, patrones, herramientas y conocimiento. (IMAGINARIO), se evidenció por medio de las encuestas que el 53.8% considera muy adecuada y el 36.6% considera adecuada la realización del teatro cultural como una nueva actividad turística que se podría realizar en este distrito por ser un atractivo nuevo y llamativo para diversificar la actividad turística. En relación a lo que se presentaría en el teatro cultural se escogió interpretar autores de libros que contengan cuentos mitos y leyendas de nuestra cultura para así adaptarlos a un guion que sirva para ser interpretados por los actores que conformen el equipo de trabajo de este teatro cultural.

En cuanto al GUIÓN el 50.1% de la población encuestada piensa que es muy adecuado y el 39.8% cree que es adecuado adaptar los libros de los autores de mitos cuentos y leyendas ya que estos enseñarían más sobre la cultura inca y se lograría aprender más de esta gracias a la interpretación, si hablamos de los libros de cuentos mitos y leyendas considerada como un indicador la opinión de los encuestados y el 38.7% y el 51.8% conceptúa como muy adecuado y adecuado que se considere como guion los libros de cuentos, mitos y leyendas, esto va respaldado por el 39.8% y 48.4% aprueba de manera muy adecuada y adecuada que las obras teatrales serían una actividad atractiva para los turistas.

Otro punto relevante es la DIRECCIÓN donde el 48.4% y 38.7% que representa a la mayoría de los encuestados, calificándola como muy adecuada y adecuada que el director deba conocer sobre la historia de nuestra cultura de cuentos, mitos y leyendas.

En cuanto a ACTUACIÓN el 20.4% y el 26.9% considera muy adecuada y adecuada que los actores deberían ser pobladores del distrito de Machupichu ya que al ser representantes de su cultura interpretarían con mayor esmero su papel para esta obra teatral.

Con respecto a la ESCENOGRAFÍA el 22.6% y 35.5% considera que teatro cultural debería realizarse en el teatro Pachacútec del distrito de Machupichu ya que esta muestra condiciones para ponerse a disposición y ser usado como un teatro cultural para los visitantes del distrito de Machupicchu.

En relación a EMPRESA TURÍSTICA el 53.8% y 37.6% considera que es muy adecuado y adecuado que se debe garantizar la calidad del servicio mediante la supervisión y cuidado del uso de vestuarios que representan nuestra cultura y que al



presentarse en escena las obras teatrales estas deben garantizar que el público entienda el desarrollo de las obras teatrales.

Con respecto a la OFERTA TURISTICA el 10.8% y el 83.9% precisan que es muy adecuado y adecuado que se tome en cuenta al conjunto de productos turísticos que son; el atractivo turístico que por su parte es considerado por la población encuestada con un 14% y 80.6% como muy adecuada y adecuada respectivamente ya que considera que el teatro cultural sería una actividad favorecedora como atractivo turístico en el distrito de Machupicchu, y el precio turístico que por su parte es considerado con un 23.7% y 48.4% como muy adecuado y adecuado incluir al teatro cultural con este tipo de precio, en cuanto al empleo la población encuestada considera un 23.7% y 48.4% como muy adecuada y adecuada el hecho de que el teatro cultural generaría más empleo en este distrito., respecto al estado del atractivo se considera que el 10.8% 33,3% y 50.5% es muy adecuado, adecuado y poco adecuado que el teatro Pachacutec muere condiciones óptimas para la representación de obras teatrales, y con respecto al circuito turístico la población encuestada considero que 25.8% y 49.5% es muy adecuada y adecuada para que el teatro cultural forma parte de este.

Con respecto al PRODUCTO TURISTICO la población encuestada considera que el 14% y 80.6% es muy adecuada y adecuada ya que el teatro cumple con el conjunto de componentes que incluyen al teatro cultural como recurso turístico y su infraestructura que es el teatro Pachacutec, los servicios básicos del teatro Pachacutec son considerados por la población encuestada con un 51.6% y 36.6% como muy adecuado y adecuado y respecto a la infraestructura turística se considera con un 15.1% 37.6% 47.3% como muy adecuada, adecuada y poco adecuada el teatro Pachacutec

La diversificación turística es el diseño de nuevos productos turísticos. Como, si se ha evidenciado una propuesta turística innovadora para un segmento específico (MINCETUR, 2014), se comprobó por medio de las encuestas aplicadas a los turistas del distrito que el 19.4% y 72.0% considera muy adecuado y adecuado al teatro cultural como un nuevo diseño de producto turístico para diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu.

### **5.1.2. Limitación de estudio.**

- Se evidencio insolvencia de información en cuanto a actividades turísticas que incluyan teatros y representación de los mitos, cuentos y leyendas como actividad turística.
- Debido al aislamiento por la COVID -19 no se pudieron ejecutar encuestas de forma presencial.
- Debido a la falta de visitantes turísticos, se encuestó a excursionistas.

### **5.1.3. Comparaciones críticas con la literatura existente**

Respecto a los antecedentes de Argentina y Colombia, mencionan que el turismo es un elemento de desarrollo e instrumento de comunicación para transmitir de manera más comprensible lo que su cultura quiere decir esto hace que se motive el crecimiento económico siendo relevante para las zonas examinadas La actividad turística en el distrito de Machupicchu tiene un gran potencial para poder diversificar su oferta turística local, creando así mayor turismo e intensificando la economía local de los pobladores del distrito de Machupicchu.

En referencia al autor (GUERRA, 2007) en la tesis El teatro como herramienta de comunicación intercultural, el teatro sirve un instrumento de comunicación intercultural y en su experiencia comprobó que es un medio para expresar ciertas particularidades culturales, y que nuestro país tiene variedad de recursos culturales y que estos deberían ser conocidos por otras cultural.

En referencia a la autora (Salazar, 2015) en la tesis titulada El teatro una forma diferente de comunicarse con el mundo, menciona que es indispensable acudir a la locución corporal para comunicarse, estas son inherentes a los seres humanos; por ello, emplear el teatro como un espacio cultural es ideal para explorar esta manera de expresión como una forma más clara, más comprensible para todo tipo de persona y que en teatro se logra captar la atención necesaria para poder enseñar más sobre nuestra cultura.

#### **5.1.4. Implicancias de estudio.**

La indagación viabiliza al turista del distrito de Machupicchu conocer más sobre la cultura de mitos cuentos y leyendas a través de un teatro cultural, a la municipalidad en como promocionar un nuevo tipo de actividad turística y gestionar que el teatro Pachacutec muestre condiciones aptas para ofrecer este nuevo servicio turístico para que así sea un aporte a la economía local favoreciendo a los habitantes del distrito.

## **5.2 Propuesta.**

### **5.2.1. Nombre de la propuesta:**

IMPLEMENTACION DEL TEATRO CULTURAL EN VESTUARIO, ESCENOGRAFIA Y CAPACITACIONES DE CLASES TEATRALES A LOS ESTUDIANTES DE LOS COLEGIOS DE ESTE DISTRITO

### **5.2.2 Lugar:**

Departamento: Cusco.

Provincia: Urubamba.

Distrito: Machupicchu.

### **5.2.3 Objetivo de la propuesta.**

Dar a conocer más de los cuentos mitos y leyendas para que los pobladores del distrito de Machupicchu desearios de participar sean los que formen parte de este equipo de trabajo y así ayudar a intensificar la economía de los habitantes del distrito de Machupicchu.

Lograr la diversificación turística en este distrito, formando así nuevas maneras de trabajo para los habitantes y el desarrollo turístico del distrito de Machupicchu.

### **5.2.4 Justificación de la propuesta**

Conocer más sobre nuestra cultura inmaterial y mostrarla a través de una manera didáctica como es el teatro cultural es fundamental para que esta no pase al olvido

Ofrecer un teatro bien implementado, que tenga lo necesario para lograr la satisfacción del espectador es fundamental.

Diversificar la actividad turística en este distrito es importante ya que el turista busca actividades de recreación y aprendizaje.

### **5.2.5 Descripción de la propuesta**

El plan se centra en mejorar la infraestructura del teatro Pachacutec capacitar a todos los que pobladores que deseen participar en este teatro con clases de actuación e interpretación para diversificar el turismo dentro del distrito de Machupicchu, también se centra en la promoción turística de la cultura de mitos cuentos y leyendas por medio de estrategias que se describen a continuación:

Desarrollo de un repertorio de mitos cuentos y leyendas que puedan ser adaptados en guiones para su interpretación actoral.

Elaboración de materiales que contribuyan a la promoción turística de la cultura de mitos cuentos y leyendas como son los folletos, libros revistas etc.

Capacitación de clases actorales y de interpretación a los participantes encargados de pertenecer a este teatro cultural.

Difusión de la cultura de mitos cuentos y leyendas por medio de las redes sociales.

Implementación de vestuarios para las interpretaciones actorales.

Mejoramiento de la escenografía del teatro Pachacutec

#### **5.2.6 METAS**

Generar mayores ingresos para los pobladores de Machupicchu.

Generar mayor empleo en este distrito.

Diversificar la actividad turística de este distrito.

Poner en valor la cultura inmaterial de mitos cuentos y leyendas a través del teatro cultural.

## 5.2.7 PRESUPUESTO

Se diseñó el siguiente presupuesto para la ejecución del plan de recorrido y promoción.

ARTICULO	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Folletos	Hoja Bond A5	1000	S/. 0.20	S/. 200.00
	Hoja Bond A5	1000	S/. 0.20	S/. 200.00
Trípticos	Papel Couche A4 Full color	1000	S/. 0.30	S/. 300.00
Capacitación de clases actorales	Contratar a dos profesores de actuación	2	S/. 1,000	S/. 2.000
Vestuario	Según se requiera	50	S/. 100.00	S/. 5000
Publicidad por Televisión	Video promocional de 45'' por temporadas	4 spots por cada temporada	(auspicio municipalidad de Machupiccu)	S/.0.00
Publicidad por Redes Sociales	Publicación del video promocional	Durante un mes	(auspicio Municipalidad de Machupicchu)	S/. 0.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/.7,700.00</b>

## 5.2.8 BENEFICIARIOS

Estudiantes de los colegios de este distrito.

La población de este distrito.

La municipalidad de este distrito.

Turistas.

## 5.2.9 RESPONSABLES

Municipalidad distrital de Machupicchu



**TEATRO PACHACUTEC**

## Conclusiones

**Primero:** La presente investigación determino la relevancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística del distrito de Machupicchu, donde se concluye que el turismo contribuye a concebir ingresos económicos para el distrito de Machupicchu y también ayuda a que la cultura de los mitos cuentos y leyendas no se echen al olvido y sean utilizados como una nueva forma de comunicación de nuestra cultura, la población considera que es adecuado que se diversifique la actividad turística en este distrito y así evitar que la cultura de mitos cuentos y leyendas pasen al olvido y los visitantes de este distrito comprendan y aprendan más sobre esta cultura, el distrito de Machupicchu cuenta con el teatro Pacahacutec que podría ser bien usado para ofrecer obras teatrales culturales.

**Segundo:** La presente investigación dio a conocer de qué manera la implementación del teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu, respecto a la manera en que el teatro cultural influya en la oferta turística la presente investigación describió como este es de mucha importancia para los que desean conocer más sobre otras culturas ya que en esta se logra comprender de mejor manera la cultura gracias a la expresión corporal, musical teatral etc. dado a conocer el interés de los encuestados para que este teatro nos ayude a conocer más sobre la cultura de mitos cuentos y leyendas que requieren la difusión por parte de las instituciones vinculadas al turismo, por ultimo este teatro cultural que pretende ser un nuevo atractivo turístico ya que se considera una buena actividad turística para la visitantes de este distrito, generando la fuerza motivacional para sus visitas.



**Tercero:** Esta indagación dio a conocer como diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu, determinó que este distrito carece de actividades turísticas, concluyendo que se necesita mayor diversidad de actividades turística, servicios que logren que los visitantes de este distrito consideren alargar su estadía en este distrito para poder disfrutar de más actividades turísticas y es así que este trabajo de investigación pretende implementar el teatro cultural como una nueva actividad turística para el disfrute de los visitantes.

### **Recomendaciones:**

**Primero:** La Municipalidad Distrital de Machupicchu debería interesarse más por el desarrollo las actividades turísticas culturales para que estos no pasen al olvido. Machupicchu es un lugar con mucha afluencia turística, por ser considerada como Maravilla del mundo, esto pone a Machupicchu pueblo como un eje turístico trascendental para la región Cusco, esto involucra diversificar las actividades turísticas como es el caso del Teatro cultural, para así poder generar mayores ingresos económicos en los pobladores y crear más empleo.

**Segundo:** Las instituciones vinculadas al turismo como DIRCETUR, MC y junto a la municipalidad distrital deberían alentar a que los pobladores de este distrito participen en mayores actividades culturales inmateriales y que nuestra cultura inmaterial sea más conocida no solo con los turistas que lo visiten sino también con su población y así mejorar la identidad cultural que caracteriza para así lograr poner ante los ojos del mundo nuestra cultura inmaterial.

**Tercero:** La municipalidad de Machupicchu debería promocionar este tipo de cultura inmaterial a través de libros revistas redes sociales con ayuda de especialistas en la materia para que así tenga mayor captación ese tipo de cultura, también la municipalidad debe mejorar la escenografía del teatro para las presentaciones teatrales y así esto pueda influir de manera favorable en la captación de público.

### C. Bibliografía

- Benza, R. (2007). *El teatro como herramienta de comunicacion intercultural*. Lima.
- Berrera, V. d. (2018). *MANIFESTACIONES FOLCLORICAS DEL DISTRITO DE JUANJI PROVINCIA DE MARISCAL CACERES REIONSAN MARTIN PAA GENERAR UN PRODUCTO TURISMO DE CULTURA*. TRUJILO PERU.
- Canarias, G. (12 de Diciembre de 2010). *Consejeria de turismo*. Obtenido de Consejeria de turismo: [http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir\\_gral\\_ordenacion\\_promocion/actividades\\_complementarias/index.html](http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html)
- Coli. (1995). *O que arte*. sao Paulo: Brasilense.
- Colomer, J. (24 de diciembre de 2018). *Estrategias para el desarrollo de publicos culturales*. Obtenido de <http://atalayagestioncultural.es/pdf/05.6Estrategias.pdf>
- DIGITAL, U. B. (s.f.). *UNESCO BBLIOTECA DIGITAL*. Obtenido de UNESCO BBLIOTECA DIGITAL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>
- Diniz, k., & Torres, R. (2014). Estudio y perspectvas en tusrismo. *El teatro urbano como experiencia turistica*, 566 - 584. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ElTeatroUrbanoComoExperienciaTuristica-5118237%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ElTeatroUrbanoComoExperienciaTuristica-5118237%20(3).pdf)
- El gui3n audiovisual y el trabajo del guionista*. (s.f.).
- ESCALANTE, J. (s.f.). *50 IDEAS DE NEGOCIOS RENTABLES*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://archivo.elcomercio.pe/especial/50-ideas-de-negocios/noticias/gran-escenario-teatral-hacer-empresa-noticia-1992750>
- Escalante, J. (s.f.). *50 IDEAS DE NEGCIOS RENTABLES*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://archivo.elcomercio.pe/especial/50-ideas-de-negocios/noticias/gran-escenario-teatral-hacer-empresa-noticia-1992750>
- Fisher, E. (1973). *A necesidades de arte*. Rio de janeiro: Zhar Editores.
- Gamboa, M. (2009). *servicios turisticos*.
- G3mez-Casero, G. (2018). *ARTES ESC3NICAS Y TURISMO: EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO*. Cordoba.
- GUERRA, R. B. (2007). *EL TEATRO COMO HERRAMIENTA DE COMUNIACION INTERCULTURAL*. LIMA PERU.
- IMAGINARIO, A. (s.f.). Obtenido de <https://www.significados.com/cultura/>
- Imaginario, A. (s.f.). *Obra de teatro*.
- IMAGNARIO, A. (s.f.). *SIGNIFICADO DE CULTURA*. VENEZUELA.

- Intosh, M. (1983). *Turismo, administración y Perspectiva*. Mexico.
- Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. Lima: Pirmera . Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Navarro, D. (2010). *Cuadernos de Turismo*.
- OMONTE, H. H. (2017). *INTERPRETACION DE LS VALORES ESTETICOS EN LA EXPRESION ORAL TATRAL. CUSCO PERU*.
- OMT. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Osorio, A. (2014). *el teatro* . Madrid, España.
- PENTUR, P. E. (23 de Julio de 2016). <http://mincetur.gob.pe>.
- Pérez, J., & Merino, M. (20 de Enero de 2017). *DEFINICIONES.DE*. Obtenido de <https://definicion.de/centro-cultural/>
- Salazar, J. A. (2015). *EL TEATRO UNA NUEVA FORMA DIFERENTE DE COMUICARSE CON EL MUNDO*. BOGOTA.
- Sampieri, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *Metodologia de la investigacion* 6ta ed. D.F., Mexico: Interamericana Editores S.A.
- Sánchez, E. G. (JUNIO de 2007). *El concepto de actor. Reflexiones y propuestas para la ciencia política*. Obtenido de SCIELO: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s1870-00632007000100008](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1870-00632007000100008)
- Sancho, A. (s.f.). *INTRODUCCION AL TURISMO*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Sancho, A. (s.f.). *INTRODUCCION AL TURISMO*. Obtenido de OMT Organización Mundial del Turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Santana, A. (23 de Octubre de 2003). *scielo*. Obtenido de Horizontes Antropológicos: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832003000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=es](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832003000200003&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles*. Costa Rica. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.1.pdf>
- ulián Pérez Porto, M. M. (2014). *TEATRO CULTRAL*.

UNESCO. (s.f.). *BBLIOTECA DIGITAL UNESCO*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>

Vallicrosa, J. C. (s.f.). *APOYO A LA GESTION CULTURAL*. Obtenido de <http://atalayagestioncultural.es/pdf/05.6Estrategias.pdf>

Zamalloa, P. (2018). Patrimonio cultural, bajo el enjkkjhvkjxch bjkhk. *Tesis de licenciatura*. Universidad Andina del Cusco, Cusco.

## D. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

A continuación, se presenta un conjunto de afirmaciones acerca de TEATRO CULTURAL PARA DIVERSIFICAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE MACHUPICCHU – CUSCO 2020. Marcar con una “X” en el casillero que corresponda a la valoración que considere más apropiada a la realidad.

N°	PREGUNTAS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿Se debe considerar los autores de libros, cuentos, mitos y leyendas en las obras teatrales?					
2	¿La adaptación de los libros, cuentos, mitos y leyendas enseñarían sobre la cultura inca?					
3	¿Se debe adaptar mediante un guion los cuentos, mitos y leyendas de nuestra cultura?					
4	¿Considera que las obras teatrales serían una actividad atractiva para los turistas?					
5	¿El director del teatro cultural debe conocer sobre la historia de cuentos, mitos y leyendas?					
6	¿Los actores deberían ser pobladores del distrito de Machupicchu?					
7	¿El teatro cultural debería realizarse en el Teatro Pachacutec del distrito de Machupicchu?					
8	¿Al presentarse en escena las obras teatrales, están deben garantizar que el público entienda el desarrollo de la obra?					
9	¿En las obras teatrales se debe tener cuidado con el vestuario como representación de nuestra cultura?					
10	¿Considera que el teatro cultural sería una actividad favorecedora como atractivo turístico en el distrito de Machupicchu?					
11	¿Para acceder teatro cultural se debe considerar un precio turístico?					
12	¿El teatro cultural generaría más empleo en el distrito de Machupicchu?					
13	¿El teatro Pachacutec muestra condiciones óptimas para la					

	presentación de las obras teatrales?					
14	¿El teatro cultural debería formar parte del circuito turístico?					
15	¿El teatro cultural debe tener servicios básicos?					
16	¿La infraestructura del teatro Pachacutec es adecuado para los turistas?					

## E. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizó la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	1
<b>En desacuerdo</b>	2
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	3
<b>De acuerdo</b>	4
<b>Totalmente de acuerdo</b>	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento:  $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento:  $\bar{X}_{min} = 1$

Rango:  $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud:  $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

### Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy inadecuado
1,81 – 2,60	Inadecuado
2,61 – 3,40	Poco adecuado

3,41 – 4,20    Adecuado

4,21 – 5,00    Muy adecuado

### Resultados de los ítems del cuestionario

		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo			
			%				%		%		%		
1	¿Se debe considerar los autores de libros, cuentos, mitos y leyendas en las obras teatrales?		4,3%		1,1%		4,3%	7	0,5%	5	7	9,8%	3
2	¿La adaptación de los libros, cuentos, mitos y leyendas enseñaría sobre la cultura inca?		2,2%		0,0%		8,6%	4	8,1%	5	9	1,2%	3
3	¿Se debe adaptar mediante un guion los cuentos, mitos y leyendas de nuestra cultura?		0,0%		6,5%	3	14,0%	8	1,6%	5	6	8,0%	2
4	¿Considera que las obras teatrales serían una actividad atractiva para los turistas?		0,0%		0,0%	1	11,8%	5	8,4%	4	7	9,8%	3
5	¿El director del teatro cultural debe conocer sobre la		0,0%		1,1%	1	11,8%	6	8,7%	3	5	8,4%	4



	historia de cuentos, mitos y leyendas?											
6	¿Los actores deberían ser pobladores del distrito de Machupicchu?	0,0%	2	12,9%	7	39,8%	5	6,9%	2	9	0,4%	2
7	¿El teatro cultural debería realizarse en el Teatro Pachacutec del distrito de Machupicchu?	0,0%		4,3%	5	37,6%	3	5,5%	3	1	2,6%	2
8	¿Al presentarse en escena las obras teatrales, están garantizando que el público entienda el desarrollo de la obra?	0,0%		3,2%		6,5%	7	9,8%	3	7	0,5%	5
9	¿En las obras teatrales se debe tener cuidado con el vestuario como representación de nuestra cultura?	5,4%		3,2%		0,0%	5	7,6%	3	0	3,8%	5
10	¿Considera que el teatro cultural sería una actividad favorecedora como atractivo turístico en el	3,2%		0,0%	5	16,1%	2	5,2%	4	3	5,5%	3

	distrito de Machupicchu?											
11	¿Para acceder teatro cultural se debe considerar un precio turístico?	0,0%	0	10,8%	8	30,1%	8	0,9%	4	7	8,3%	1
12	¿El teatro cultural generaría más empleo en el distrito de Machupicchu?	0,0%		4,3%	2	23,7%	5	8,4%	4	2	3,7%	2
13	¿El teatro Pachacutec muestra condiciones óptimas para la presentación de las obras teatrales?	0,0%		5,4%	7	50,5%	1	3,3%	3	0	0,8%	1
14	¿El teatro cultural debería formar parte del circuito turístico?	0,0%		4,3%	9	20,4%	6	9,5%	4	4	5,8%	2
15	¿El teatro cultural debe tener servicios básicos?	3,2%		2,2%		6,5%	4	6,6%	3	8	1,6%	5
16	¿La infraestructura del teatro Pachacutec es adecuado para los turistas?	0,0%		0,0%	4	47,3%	5	7,6%	3	4	5,1%	1

## Anexos

## a) Matriz de consistencia

Tabla 14: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	IDENTIFICACION DE VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿De qué manera el teatro cultural puede diversificar la actividad turística del distrito de Machupicchu - Cusco 2020?	<b>OBJETIVO GENERAL</b> Determinar la importancia del teatro cultural para diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu - Cusco 2020	<b>VARIABLE 1</b>  TEATRO CULTURAL.	Guion	Libros de mitos y cuentos y leyendas. Guionistas o autores Obras teatrales	<b>NIVEL O ALCANCE</b> Descriptiva con dos variables
			Dirección	Director	
			Actuación	Actores	
			Escenografía	Teatro Pachacutec	
<b>PROBLEMA ESPECIFICOS</b> ¿De qué manera el teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu Cusco 2020?  ¿Cómo diversificar la actividad turística en el distrito de Machupicchu – Cusco 2020?	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> Conocer de qué manera la implementación del teatro cultural influirá en la oferta turística del distrito de Machupicchu Cusco 2020  Conocer como diversificar la actividad turística del distrito de Machupicchu – Cusco 2020	<b>VARIABLE 2</b>  DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA	Empresas turísticas	Calidad de servicio	<b>ENFOQUE</b> Cuantitativo
			Oferta turística	Atractivo turístico Precios turísticos Empleo Estado del atractivo Circuito turístico	<b>POBLACION</b>
			Producto turístico	Servicios básicos Infraestructura turística.	<b>MUESTRA</b>

Fuente: Elaboración propia

## b) Matriz de instrumentos.

Tabla 15: Matriz de instrumentos

VARIABLES	DIMENSIONES	%	INDICADORES	PREGUNTAS	Categorías
<b>TEATRO CULTURAL (variable 1)</b>	<b>Guion</b>		Libros, cuentos, mitos y leyendas.	¿Se debe considerar los autores de libros, cuentos, mitos y leyendas en las obras teatrales? ¿La adaptación de los libros, cuentos, mitos y leyendas enseñarían sobre la cultura inca?	1) Totalmente en desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo
			Guionistas o autores	¿Se debe adaptar mediante un guion los cuentos, mitos y leyendas de nuestra cultura?	
			Obras teatrales	¿Considera que las obras teatrales serían una actividad atractiva para los turistas?	
	<b>Dirección</b>		Director	¿El director del teatro cultural debe conocer sobre la historia de cuentos, mitos y leyendas?	
	<b>Actuación</b>		Actores	¿Los actores deberían ser pobladores del distrito de Machupicchu?	
	<b>Escenografía</b>		Teatro Pachacutec	¿El teatro cultural debería realizarse en el Teatro Pachacutec del distrito de Machupicchu?	
<b>DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA (variable 2)</b>	<b>Empresas turísticas</b>		Calidad de servicios	¿Al presentarse en escena las obras teatrales, están deben garantizar que el público entienda el desarrollo de la obra? ¿En las obras teatrales se debe tener cuidado con el vestuario como representación de nuestra cultura?	
	<b>Oferta turística</b>		Atractivo turístico	¿Considera que el teatro cultural sería una actividad favorecedora como atractivo turístico en el distrito de Machupicchu?	
			Precios turísticos	¿Para acceder teatro cultural se debe considerar un precio turístico?	
			Empleo	¿El teatro cultural generaría más empleo en el distrito de Machupicchu?	
			Estado del atractivo	¿El teatro Pachacutec muestra condiciones óptimas para la presentación de las obras teatrales?	
			Circuito turístico	¿El teatro cultural debería formar parte del circuito turístico?	
	<b>Producto turístico.</b>		Servicios básicos	¿El teatro cultural debe tener servicios básicos?	
		Infraestructura turística.	¿La infraestructura del teatro Pachacutec es adecuado para los turistas?		

*Fuente: Elaboración propia*