

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE INGENIERÍA ECONÓMICA

UNIDAD DE SEGUNDA ESPECIALIDAD



TURISMO RURAL COMPETITIVO EN AMANTANI

TRABAJO ACADÉMICO

PRESENTADA POR:

TOMÁS TISNADO CHURA
GIOVANA CALSIN QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO DE SEGUNDA ESPECIALIZACIÓN EN:
DESARROLLO ECONÓMICO TERRITORIAL

PUNO – PERU

2012

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE INGENIERIA ECONOMICA
UNIDAD DE SEGUNDA ESPECIALIZACION

TRABAJO ACADÉMICO

TURISMO RURAL COMPETITIVO EN AMANTANI

PRESENTADA POR:

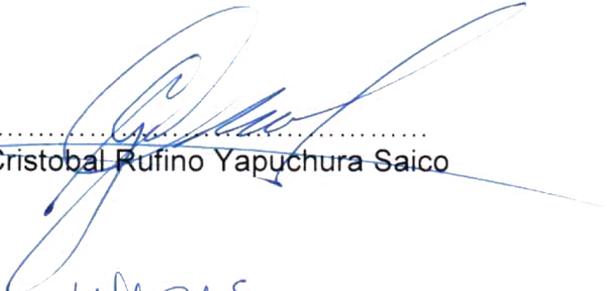
TOMÁS TISNADO CHURA
GIOVANA CALSIN QUISPE



PARA OPTAR EL POST-TÍTULO DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN:
DESARROLLO ECONÓMICO TERRITORIAL

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE


.....
Dr. Cristobal Rufino Yapuchura Saico

PRIMER MIEMBRO


.....
Dr. Esteban Héctor García Chire

SEGUNDO MIEMBRO


.....
Dr. Roberto Arpi Mayta

Puno, 26 de enero de 2012.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, a mi familia, a mis compañeros de trabajo de la Facultad de Ingeniería Económica por su constante apoyo, y agradecer de sobre manera a los jurados del presente trabajo de investigación por su tiempo y dedicación en la revisión y asesoramiento para la conclusión de la misma.



INDICE

AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN.....	viii
INTRODUCCIÓN.....	ix
CAPITULO I.....	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1. Enunciado del Problema	10
1.2. Formulación del Problema	11
1.3. Justificación	12
1.4. Objetivos de la investigación.....	13
CAPITULO II.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
2.1. Marco referencial.....	14
2.2. Marco teórico.....	36
2.3. Marco conceptual	59
CAPITULO III.....	62
DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN	62
3.2. Tipo y diseño de investigación	62
3.3. Descripción del área de investigación.....	64
3.3. Población.....	75
3.4. Muestra.....	76
3.5. Instrumentos de recolección de datos.....	77
3.6. Técnicas de análisis de datos	78
CAPITULO IV	79
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	79
4.1. Análisis de la situación actual del destino turístico de Amantaní en cuanto a la oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado	79
CONCLUSIONES.....	126
RECOMENDACIONES	128
BIBLIOGRAFÍA.....	129
ANEXOS.....	133

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Emprendimientos de turismo rural en la zona sur del Perú	25
Tabla 2. Conceptos diversos de competitividad.....	36
Tabla 3. Características de las ventajas comparativas y competitivas	37
Tabla 4. Indicadores de competitividad en el monitor del WTTC	51
Tabla 5. Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura.	55
Tabla 6. División Política y Población, 2007	65
Tabla 7. Niveles de vida según distritos de la Provincia de Puno, 2000	67
Tabla 8. Población y condición de pobreza según distritos de la provincia de Puno, 2007	67
Tabla 9. Población total, por área urbana y rural, edad y sexo del distrito de Amantani	68
Tabla 10. Población de Amantani según nivel educativo alcanzado según sexo	68
Tabla 11. Población de 6 y más años de edad, por nivel educativo alcanzado, según departamento, provincia, distrito, área urbana y rural, sexo y condición de actividad	69
Tabla 12. Viviendas particulares de Amantani según área urbana-rural y tipo de vivienda.....	70
Tabla 13. Hogares que poseen variedad de artefactos y equipos, según área urbana y rural de Amantani	71
Tabla 14. Índice de desarrollo humano de Amantani - Puno, 2005.....	72
Tabla 15. Población de Amantani por grupos de edad y según sexo	72
Tabla 16. Población ocupada de 14 y más años de edad, por categoría de ocupación según área y sexo en Amantani	73
Tabla 17. PEA por ocupación principal según área urbana-rural y sexo.....	74
Tabla 18. Población de Amantani según afiliación a algún tipo de seguro de salud por área urbana - rural y sexo	75
Tabla 19. Comunidades y número de familias que se dedican al TRC en Amantani	75
Tabla 20. Promedio de cabezas de animales mayores y menores por hogar en Amantani	81
Tabla 21. Calendario de fiestas en Amantani	88
Tabla 22. Características de la prestación de servicios de hospedaje y alimentación	91
Tabla 23. Establecimientos de hospedaje no categorizados en la región de Puno	96
Tabla 24. Familias dedicadas a la actividad turística según comunidades	96
Tabla 25. Oferta de servicios de hospedaje por número de habitación y número de camas según comunidades	97
Tabla 26. Arribo de visitantes nacionales y extranjeros la región de Puno y Amantani (1998- 2009)	99
Tabla 27. Demanda turística en la isla Amantani (1998-2011).....	101
Tabla 28. Características de los turistas que visitan comunidades que ofrecen TRC.....	103
Tabla 29. Balance de la oferta y demanda de servicios de hospedaje anual en Amantani	105
Tabla 30. Descripción de turismo rural en la Isla Amantani	106
Tabla 31. Descripción de turismo rural en la Isla los Uros.....	107
Tabla 32. Descripción de turismo rural en la Isla Taquile	107
Tabla 33. Descripción de turismo rural en la Isla Taquile	108
Tabla 34. Descripción de turismo rural en la Comunidad de Atuncolla	109
Tabla 35. Evolución de visitas de turistas nacionales y extranjeros en comunidades que ofertan TRC en Puno	110
Tabla 36. Tendencias del mercado de turismo tradicional y rural	113
Tabla 37. Análisis Interno del destino turístico de Amantani	115
Tabla 38. Factores y variables para el análisis interno de la isla Amantani	116
Tabla 39. Análisis Externo del destino turístico de Amantani	117
Tabla 40. Factores y variables para el análisis externo de la isla Amantani	119
Tabla 41. Calificación de análisis Interno-Externo (FO, FA, DO y DA) del TRC de Amantani.	121
Tabla 42. Diseño de estrategias en TRC de Amantani.....	122

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Industrias turísticas en el Diamante de Porter	22
Figura 2. Diamante de Competitividad de Porter	39
Figura 3. Modelo de rivalidad ampliada	42
Figura 4. Modelo conceptual de competitividad de turismo de Crouch y Ritchie	47
Figura 5. Modelo integrado de la competitividad de destino turístico de Dwyer & Kim	50
Figura 6. Proceso de realización de la investigación.	63
Figura 7. Mapa de la ubicación de la Isla Amantaní – Puno.....	64
Figura 8. Comunidades de Amantaní	65
Figura 9. Principales actividades económicas de zonas que ofertan TRC.....	73
Figura 10. Estructura organizacional de la isla Amantaní - Puno	80
Figura 11. PUNO: Arribo de visitantes nacionales y extranjeros	100
Figura 12. Amantaní: Arribo de turistas nacionales y extranjeros (%).....	101
Figura 13. Promedio de pernoctaciones de turistas Nacionales y Extranjeros (1998-2008)....	102
Figura 14. Amantaní: Estacionalidad del turismo receptivo	102
Figura 15. Visita de turistas nacionales a comunidades que ofertan TRC en Puno.....	111
Figura 16. Visita de turistas extranjeros a comunidades que ofertan TRC en Puno	111
Figura 17. Diamante actual de competitividad para el turismo rural en Amantaní	125

RESUMEN

El presente trabajo pretende mostrar las bondades que tiene la isla Amantaní para impulsar el desarrollo del turismo rural comunitario (TRC), dado que este es una actividad económica complementaria, que genera ingresos económicos adicionales y promueve el empleo, debido a que las comunidades se encuentran en extrema pobreza, por lo que, el reto en los próximos años debería ser la disminución del nivel de pobreza y mejorar la calidad de vida de cada uno de sus habitantes. Para ello debe seguir el camino de la competitividad, por lo que se ha tratado de identificar las potencialidades naturales, culturales y humanas que cuenta Amantaní frente a otros lugares que ofrecen servicios similares y que vienen siendo promocionados como emprendimiento real, asimismo, trata de buscar e identificar las ventajas comparativas y competitivas que puedan posicionar e incrementar la afluencia de turistas con un servicio de calidad. La metodología empleada ha consistido en la recolección de información, sistematización y análisis de información secundaria, así como las entrevistas realizadas que han permitido llegar a conclusiones que ayudan a explicar las limitaciones de su competitividad. Los resultados muestran que las fortalezas con las que cuenta la isla es que sus nueve comunidades practican y desarrollan el TRC, con algunas ventajas frente a otros competidores; mientras que, en el contexto externo entre sus oportunidades de seguir desarrollando esta actividad son las tendencias del mercado por un turismo menos tradicional, y que destaca la naturaleza, la cultura viva, la ecología, sin embargo, nace también las amenazas de nuevos competidores o potenciales competidores. Por tanto, según las teorías desarrolladas en temas de competitividad, la que destaca es la de M. Porter, la que se aplica en el presente estudio y permite concluir que la isla Amantaní no tiene una visión ni misión en cuanto al TRC para el logro de la competitividad, sin embargo, se ha propuesto estrategias inmediatas que permitan desarrollar sus potencialidades y tener una prospectiva de Amantaní como en un destino turístico competitivo

INTRODUCCIÓN

El presente estudio sobre “Turismo Rural Competitivo de Amantani” se realiza dentro del marco de un Convenio de la FIE-UNA y REMURPE a fin de impulsar el desarrollo económico dentro de la Región de Puno a través de la Segunda Especialización en “Desarrollo Económico Territorial”; la isla de Amantani es uno de destinos importantes para los turistas extranjeros después de los Uros y Taquile.

El Turismo Rural viene siendo impulsada por el gobierno a través del MINCETUR, de acuerdo a referencias realizadas se tiene que la isla es un producto importante turísticamente hablando, por su belleza natural y cultural, debido a que el 50% de la población total se dedica a la actividad turística.

El trabajo comprende cinco capítulos; el primer capítulo expresa el planteamiento del problema, tratando de responder cual es la situación actual de que dispone para llegar en el futuro al desarrollo de ventajas competitivas. El segundo capítulo trata del marco teórico, en él se explican las diferentes teorías existentes así como los diversos trabajos realizados por otros investigadores; el tercer capítulo expresa el diseño metodológico y posteriormente en el cuarto capítulo hemos caracterizado el área de estudio y llegar posteriormente al quinto capítulo a los resultados que ha permitido proponer algunas estrategias de desarrollo.

El planteamiento de que Amantani sea competitivo en turismo rural, no es una tarea de grupos aislados, autoridades o pequeños empresarios, sino de toda su población, más participación mayor será el consenso de construir una “VISION” que la isla de Amantani desea alcanzar, si dejamos de hacer hoy, no se puede esperar mucho del mañana

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Enunciado del Problema

El turismo es una actividad económica que tiene relevancia en las economías por la participación que aporta al PBI (3,7% anual), niveles de empleo, entre otros (MINCETUR, 2010). Asimismo, según la OIT, se estima que para el año 2020 habrá 1,600 millones de llegadas internacionales, y, US\$ 2 billones de gasto turístico a nivel mundial; América captará el 18% de turismo y el Perú recibirá el 0,20%, respectivamente. Por ende, es notorio la importancia que tiene el turismo en nuestro país, dado que representa un atractivo en el mundo por la gran biodiversidad y espacios naturales que tiene, y hace posible, ofertar variados tipos de turismo (tradicional, rural vivencial, ecológico, de aventura, entre otros). Asimismo, cabe resaltar que la demanda turística esta relacionado principalmente con viajes de vacaciones, recreación, cultura y naturaleza; sin embargo, se ha notado una creciente demanda del tipo alternativo en cultura, costumbres y medio ambiente (ecología), denominado “turismo rural comunitario o vivencial”, que actualmente, es un complemento al turismo tradicional que se oferta en nuestro país (Ascencios, 2008). El turismo como actividad económica ha sido visto como un motor innovador de desarrollo, y que el paulatino crecimiento de esta actividad en los ámbitos rurales tiene como punto de partida en el aumento del interés de la población global por desarrollar actividades turísticas en espacios naturales y rurales; captar las oportunidades que generan estos espacios; y posibilidades de

generar procesos de desarrollo para las comunidades rurales pobres que se concentran en países en vías desarrollo (Aguilar, 2009; Carballo, 2003). Por tanto, debe destacarse que el turismo rural viene desarrollándose en el norte, centro y sur en el Perú desde hace más de dos décadas, asimismo, en la Región de Puno, actualmente se ofrece más de ocho emprendimientos o zonas de emprendimiento reconocidos por el MINCETUR, entre ellos se encuentra la isla Amantaní, Taquile y los Uros, que hoy representa un circuito de las comunidades del lago Titicaca que ofertan este tipo de turismo rural.

El presente estudio se enfoca exclusivamente en el turismo rural que ofrece Amantaní, donde las actividades productivas más importantes y con mejores aptitudes para la generación de empleo luego de la agricultura, ganadería, silvicultura y manufactura es el turismo rural comunitario, que va acompañado de varias actividades complementarias como son la artesanía, transporte, gastronomía, entre otros que se desarrolla en varias de las comunidades de la isla (INEI - Censo Nacional, 2007). Asimismo, los niveles actuales de ingreso de las familias han disminuido notablemente, dado que en los últimos años la oferta de turismo rural ha crecido en varios lugares como Capachica, Llachón, Ticonata, Puquina, Atuncolla, entre otros; los mismos que vienen ofreciendo servicios similares a la Isla de Amantaní, y esto podría estar afectando los niveles de ingreso de las familias que dependen de esta actividad. Cabe resaltar que Amantaní es un distrito de extrema pobreza y ubicado en el puesto 15 donde su población de pobres extremos representa el 55%, así también, su índice de desarrollo humano (IDH) es de 0.4699 relativamente bajo, y presenta una tasa de analfabetismo de 75%, por tanto, su nivel de calidad de vida de sus pobladores son bajas, por lo que es de importancia analizar nuevas estrategias que mejoren sus niveles de vida y hagan del turismo rural una actividad sostenible.

1.2. Formulación del Problema

Considerando los recientes aportes de los estudios de desarrollo económico territorial (DET), estos aun no reflejan la situación y la competitividad de los territorios en actividades potencialmente identificadas, por lo que aún se

desconoce la situación de las ventajas competitivas y factores que permitan su desarrollo, en este caso específico del turismo rural en la isla Amantaní, por lo que el presente estudio pretende responder a las siguientes interrogantes:

Problema General

¿Cuál es la situación actual de competitividad que tiene el turismo rural en la isla Amantaní?

Problemas Específicos

- ¿Cuál es la situación actual del destino turístico de Amantaní en cuanto a la oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del destino turístico de Amantaní a través de la matriz DAFO?.
- ¿Cuáles son las oportunidades y los riesgos del destino turístico de Amantaní a través de la matriz DAFO?
- ¿Qué estrategias de mediano plazo pueden establecerse para que el destino turístico de Amantaní sea competitivo?

1.3. Justificación

En la actualidad, no se cuenta con información relacionada a las ventajas competitivas que puede tener las comunidades de Amantaní u otras, que estén directamente relacionadas al turismo rural, por ende consideramos importante el estudio, para contribuir a la municipalidad de Amantaní, a la DIRCETUR – Puno para que sea considerado dentro de su plan de desarrollo turístico y puedan establecer políticas públicas que contribuyan con el sector turismo en Puno. Por tanto, se busca enfocar al medio rural como participe directo en la mejora de calidad de vida de sus habitantes y el desarrollo territorial de las comunidades en su conjunto. Por lo que, el trabajo busca destacar la importancia económica y social que tiene la actividad turística rural para sus poblaciones receptoras dado los beneficios que el hecho social puede producir, asimismo, advierte de posibles peligros que una actividad descontrolada podría presentar, ya que los aspectos negativos que pueden afectar a las

comunidades pueden ser no sólo por el fenómeno de la aculturación sino particularmente por los daños al entorno.

1.4. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la situación actual de competitividad del turismo rural en la isla Amantaní.

Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del destino turístico de Amantaní en cuanto a la oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado.
- Identificar las fortalezas y debilidades del destino turístico de Amantaní a través de la matriz DAFO.
- Identificar las oportunidades y los riesgos del destino turístico de Amantaní a través de la matriz DAFO.
- Diseñar estrategias con el modelo de M. Porter para el destino turístico de Amantaní

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco referencial

Entre los avances de investigación relacionados a la competitividad turística se presentan estudios internacionales y nacionales, sin embargo, a nivel local no se dispone de este tipo de estudios. Además los estudios analizados, en su mayoría resaltan el uso del modelo de Competitividad de Michael Porter. Es así que, los antecedentes referidos a competitividad de los destinos turísticos son:

Roa & Correa (2007), buscó identificar variables que influyen en la competitividad de los servicios de ecoturismo del PNNT y con ellas plantear estrategias para mejorar en el sector, por lo que a través de la metodología del Diamante de Porter, FODA, clúster y competitividad sistémica, concluye que el ecoturismo actúa como estrategia para combatir la pobreza, la violencia y las malas prácticas ambientales, por lo que el turismo se posiciona como una oportunidad de desarrollo para el país en conjunto con el sector privado y público.

Garau (2006) propone dos índices para el análisis de la competitividad de los destinos turísticos: el Índice de Competitividad de la Demanda (ICDT) y el Índice de Competitividad de la Industria Turística (ICIT). Aplicó el ICDT mediante encuestas a turistas europeos y en los cinco destinos principales del mediterráneo (Península Española, Canarias, Islas Baleares, Francia e Italia). Según el autor, con el uso de la parrilla IPA consiguió plasmar la relevancia y posición de cada variable y destino. Con el cálculo del ICDT, concluye que Baleares es el destino líder desde la perspectiva de la demanda turística,

asimismo, considera factores que atraen a los turistas (como: clima, paisaje, limpieza e higiene, playas) así como los factores peor considerados (facilidades para mayores y niños, atracciones, relación con otros turistas, ambiente nocturno), midiendo únicamente la competitividad desde el punto de vista de la demanda.

Por otro lado, Enright y Newton (2004) estudian la competitividad de los destinos desde la perspectiva de la oferta, concretamente realizaron encuestas a profesionales del sector turístico de Hong Kong. Primero indagan acerca de la importancia de los factores que atraen y de los factores empresariales en la competitividad del turismo urbano en el área de Asia-Pacífico. Posteriormente, comparan a Hong Kong con sus principales competidores y estiman la competitividad relativa de este país con respecto a los factores mencionados. Los autores utilizan la parrilla IPA, un método de análisis frecuente en las investigaciones de destinos turísticos pero no en la literatura general, lo que les permite “establecer una priorización de los diferentes elementos determinantes de la competitividad y de la posición relativa de Hong Kong respecto a sus principales destinos competidores”, también muestran el resultado del análisis de manera más accesible y práctica para la toma de decisiones, y permite identificar los factores clave del destino representados en cuatro cuadrantes.

Kozak y Rimmington (1999) estudian la competitividad de Turquía, para ello, realizaron encuestas a turistas británicos de visita en Turquía en el verano de 1998, a partir del análisis de los datos de estas encuestas, extraen la siguiente información: perfil de los turistas, otros destinos visitados, los atributos motivadores de la visita, la posición competitiva de Turquía en relación a sus países competidores y en cuanto al nivel de satisfacción de los turistas con respecto a los atributos planteados y, por último, los motivos de decepción más importantes con respecto a todos los países del entorno competitivo, asimismo, concluyen que los destinos del Mediterráneo eran competidores directos de Turquía, concretamente en el turismo de verano; así también, el estudio indica que la hospitalidad, la relación calidad/precio, el tiempo, la seguridad y protección, el transporte y el medioambiente son algunos de los factores valorados positivamente del turismo de Turquía en relación a sus

competidores. Sin embargo, una de las críticas a esta medición de la competitividad es que el destino Turquía se está comparando con todos los demás lugares al mismo tiempo, y, tampoco se conocen las variables más determinantes de la competitividad, y que el estudio es sólo desde el punto de vista de la demanda.

De Keyser y Vanhove (1994) propusieron una metodología para el análisis de la posición competitiva del área del Caribe, con el que pretendían analizar la posición competitiva del turismo en los siguientes países del Caribe: Bahamas, Barbados, Belice, República Dominicana, Haití, Jamaica, Trinidad y Tobago; por lo que, definieron la competitividad de un destino como “su capacidad para alcanzar sus objetivos a largo plazo de una manera más eficiente que la media internacional o regional”. Esto significa que un destino competitivo es capaz de realizar una rentabilidad superior a la media, con el menor costo social y sin dañar el medio ambiente y los recursos disponibles. Inicialmente, se plantearon realizar una distinción entre los indicadores de desempeño competitivo y los factores que contribuyen a la competitividad, luego, evaluaron variables determinantes de la competitividad y los factores estudiados son: los factores macro-económicos, los factores de la oferta, los factores de transporte, los factores de la demanda y los factores relacionados con la política turística. Por último, analizan las ventajas y desventajas de los destinos turísticos estudiados y proponen sugerencias para reforzar sus posiciones competitivas.

Quinteros, Bernal & López (s.f.) analizaron la competitividad de Cartagena como destino turístico y su posicionamiento en el mercado, por lo que, se propuso objetivos como analizar los principales determinantes de la competitividad turística de Cartagena, comparar la competitividad frente a sus principales competidores nacionales e internacionales, y a su vez, plantear retos y estrategias con fines de mejora del sector; concluyendo que Cartagena estaba determinada por la deficiente ejecución de políticas y una escasa coordinación institucional más que por ausencia de procesos de planeación. Asimismo, según el análisis se encuentra en una posición baja, por lo que sugiere una mejora en la interrelación de empresas, gestión institucional y soporte de apoyo privado y público.

Sin embargo, los estudios a nivel nacional analizados se encuentran los realizados a nivel de región en Arequipa.

Según Arteaga, et. al. (2007), tuvieron como objetivo formular estrategias para alcanzar la competitividad de la industria turística a través de un diagnóstico, un análisis de la cadena productiva turística y sus interrelaciones entre las empresas. Por lo que, utilizó la metodología de cadenas productivas y el enfoque del modelo de Diamante de Competitividad de Porter, con las que concluye: primero, Arequipa tiene pocos lazos de circulación entre las empresas relacionadas, por lo que requiere una integración a nivel de Corredor Turístico Sur Peruano para ser un destino turístico y generar oportunidades e incrementar su potencial; segundo, indica que para lograr el desarrollo económico sostenible y descentralizado requiere una integración de estrategias a nivel regional, y que a través de ella debe canalizar una adecuada inversión en la infraestructura turística.

Asimismo, según el MINCETUR (2008), en su documento denominado “*Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú*”, menciona que el Perú en su condición de país mega diverso reúne condiciones apropiadas para desarrollar, de manera sostenible, el turismo rural comunitario (TRC) como parte de la estrategia de diversificación de la oferta y la captación de nuevos segmentos y nichos de mercado conforme a los objetivos del Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR. Sin embargo, las experiencias de desarrollo de turismo rural que han surgido son iniciativas de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda, así como proyectos desarrollados en los últimos años con el apoyo de organizaciones de cooperación al desarrollo, empresas privadas y personas emprendedoras. También se menciona que estos emprendimientos surgieron y se desarrollaron con éxito en algunos casos, y en otros con resultados negativos principalmente porque se omitieron algunos principios básicos para el desarrollo de la actividad turística. Asimismo, los principales elementos que aportan indicios que fundamenten el desarrollo del turismo en el ámbito rural y con la participación de las comunidades, son por un lado, la existencia de

amplios espacios rurales con características idóneas, nutridos de recursos culturales y naturales diversos e importantes, y por otro lado, los cambios en las necesidades y preferencias de los habitantes de las ciudades, orientados hacia una revalorización de las culturas tradicionales y un interés creciente por el medio ambiente. Sin embargo, el deterioro del medio natural y la pérdida de identidad cultural, causadas en parte por una falta de concienciación del sector turístico, como efecto ha llevado en los últimos años a una progresiva valoración del medio ambiente, que no sólo ha dado lugar a una corriente innovadora del turismo, sino también a la necesidad de que instalaciones, productos, y destinos turísticos así como las prácticas en su concepción y desarrollo tengan determinados componentes ambientales, que cada vez se identifican más con la calidad turística.

Asimismo, el objetivo del TRC según el MINCETUR (2008) es de *“Contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú.”*, y tiene los siguientes objetivos específicos que están relacionados al DET:

1. Fortalecer las capacidades de planificación y gestión de los gobiernos locales que promuevan la conducción del desarrollo turístico local.
2. Generar a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del desarrollo empresarial del turismo rural comunitario.
3. Promover la participación de la comunidad local, promoviendo el protagonismo de la mujer y los jóvenes en la actividad.
4. Generar empleo y mejora de ingresos en la población local a través del emprendimiento en prestación de servicios y venta de productos conexos a la actividad turística.
5. Contribuir a la reducción de la migración en las poblaciones rurales.
6. Diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural.
7. Promover el fortalecimiento de la identidad nacional y contribuir a la educación de la población peruana sobre la ruralidad, su composición y contribución a la sociedad.
8. Promover la conservación de los recursos naturales y culturales a través de su uso planificado.

9. Promover la coordinación multisectorial e intersectorial fomentando las intervenciones de otros programas/proyectos públicos y/o privados fomentando el fortalecimiento de las actividades productivas tradicionales y el desarrollo de servicios básicos en el medio rural.

A su vez, la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú (2008), que a través de la Resolución Ministerial N° 054-2007- MINCETUR/DM, indica que el desarrollo del Turismo Rural "... se enmarca dentro del objetivo uno del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR, el mismo que promueve el "Desarrollo de una oferta turística competitiva y sostenible" como estrategia para la lucha contra la pobreza, ya que contribuye a diversificar la oferta turística nacional, a través de la promoción del desarrollo de productos turísticos en el ámbito rural, garantizando la participación de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales, así como la generación de empleo y mejora de ingresos, teniendo como eje fundamental y base sólida la capacitación al prestador del servicio turístico en el ámbito rural..."

Así también, el Proyecto de "Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario en el Perú", con base legal en el Convenio Marco de Cooperación suscrito en el año 2004 entre la República del Perú y el Reino de España. Con el objetivo de buscar e impulsar concretamente el desarrollo social y económico de las comunidades implicadas, que se compromete en la creación de puestos de trabajo, el desarrollo y fortalecimiento de capacidades, el mejoramiento de los niveles de vida y la descentralización.

"...El proyecto busca el desarrollo económico y social de las comunidades a través del turismo rural apoyando el desarrollo de nuevas políticas en el tema a favor de las comunidades. Asimismo, de la mano de las tendencias sociales, económicas y ambientales que son las que determinan la sostenibilidad, el presente proyecto ha sido diseñado preocupándose por el desarrollo local sostenible y las tendencias de conservación ambiental..." (MINCETUR, 2008).

Por lo que, los ejes centrales del proyecto que son importantes de sistematizar para obtener un aprendizaje y poder replicarlo, son:

- Fortalecer la institución pública a través de la formulación de una política nacional promotora del Turismo Rural Comunitario y,
- La capacitación de los Recursos Humanos en turismo rural, enfatizando aspectos culturales y ambientales, con la finalidad de detectar recursos turísticos y convertirlos en herramientas de desarrollo comunitario.

Entre las actividades principales para lograr estos resultados destacan: a) diseño de políticas públicas, b) capacitación a grupos de funcionarios públicos del MINCETUR y de los Gobiernos Regionales y Locales, c) El intercambio de experiencias mediante pasantías, sobre modelos de trabajo que ya se vienen realizando en el país y en Latinoamérica, d) Capacitación dirigida a colectivos específicos como son líderes y miembros de la Comunidad, en temas de desarrollo de producto turístico y artesanal, y prestación de servicios básicos para turistas.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR – enmarca dentro de sus objetivos el desarrollo del turismo rural, el mismo que promueve el desarrollo de una oferta turística competitiva y sostenible, como estrategia para la lucha contra la pobreza, ya que contribuye a diversificar la oferta turística nacional, a través de la promoción del desarrollo de productos turísticos en el ámbito rural, garantizando la participación de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales, así como la generación de empleo y mejora de ingresos, teniendo como eje fundamental y base sólida la capacitación al prestador del servicio turístico en el ámbito rural.

En el ámbito local, se tiene estudios relacionados a diagnósticos, rentabilidad y descripción de atractivos con los que cuenta la isla Amantaní y otros emprendimientos, por lo que:

De Amat, G (1999) concluye que la experiencia de desarrollo rural turístico de la comunidad campesina de la isla Taquile es singular y exitosa que se mide con los 25,871 turistas extranjeros y 4,395 nacionales que en el periodo

setiembre 1996 a setiembre de 1997 visitaron el lugar; los beneficios económicos que han recibido en los últimos tiempos de experiencia en el manejo turístico de los pobladores de Taquile, han traído como consecuencia mejores niveles y condiciones de vida (mayor acceso a la educación, salud y alimentación) que son notorios mostrando un ingreso familiar mensual de US \$ 123.7 dólares así como un ascenso social; los turistas extranjeros califican el atractivo como muy bueno y bueno (96.2%) y recomiendan mantenerlo y protegerlo, sin la realización de cambios sustantivos en el producto turístico para no desnaturalizarlo; sin desnaturalizar el producto turístico en Taquile es posible realizar algunas mejoras para ofrecer servicios de transporte, alojamiento y alimentación en mejores condiciones relevando el factor humano como el principal aspecto que debe ser perfeccionado con la capacitación permanente en pro de una mejor calidad del servicio, y que con el marketing es posible relanzar el producto turístico para no agotarlo, obteniendo mejores resultados y una vigencia en el tiempo, con los consiguientes beneficios para la población rural local.

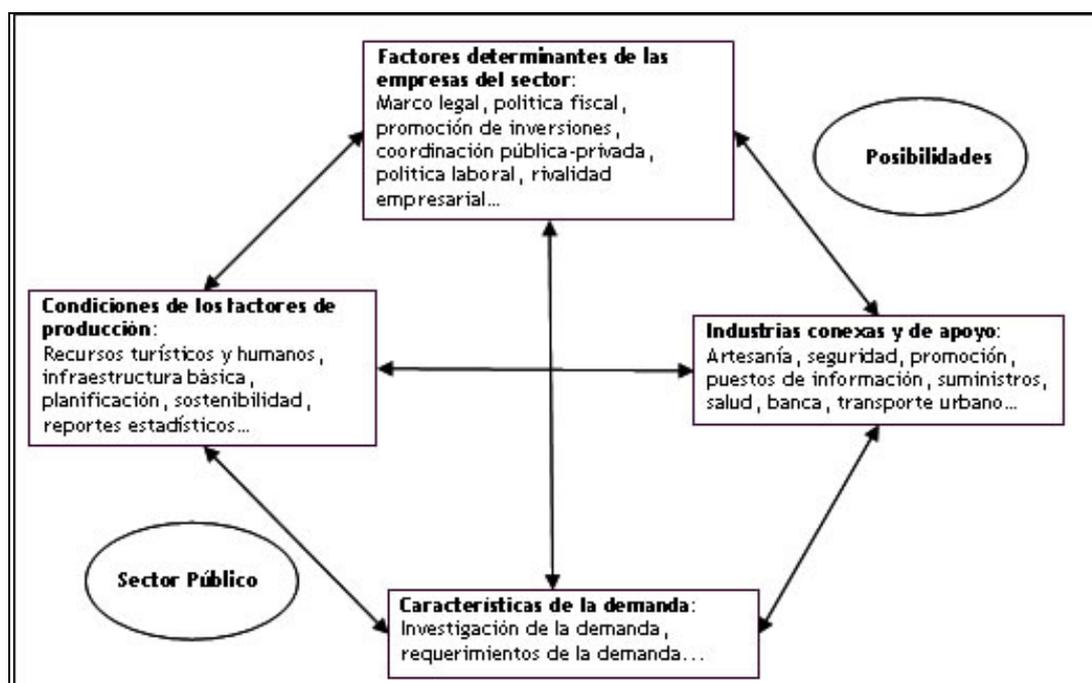
Asimismo, Flores (2005), buscó caracterizar la organización de las familias prestadoras de servicios turísticos de hospedaje-alimentación de la isla, analizar los criterios para la fijación de los precios de los servicios, y calcular su rentabilidad de los mismos. Para ello realiza 193 encuestas a familias en 9 comunidades, 20 encuestas a turistas, y 8 entrevistas abiertas a agencias de turismo. Concluyendo que el grado de organización que tienen las familias son diferentes en todas las comunidades; es así que, el sector A (Occosuyo y Colquecache), presenta una organización más sólida que B (Comunidad de Sancayuni, Alto Sancayuni, El Pueblo y Lampayuni), y C (Santa Rosa, Incatiana, y Villa Orinojon), que los lleva a ofrecer un mejor servicio al turista. Asimismo, Amantaní tiene un exceso de oferta de servicios de hospedaje y alimentación; puesto que su oferta anual es de 784,080 camas/año; la demanda por los servicios en promedio anual es de 39,682 turistas, su índice de ocupabilidad es en promedio de 5%. También, hace referencia que las familias fijan un precio según el turista arribe a través de agencia y si es independiente, por lo que discrimina precios.

2.1.1 Antecedentes de Competitividad y Turismo Rural en el Perú

2.1.1.1 Antecedentes de la Competitividad Turística en el Perú

Según el PENTUR (2008-2018), “... el Perú debe conformar productos óptimos y competitivos procurando la inversión más adecuada y rentable. Por ello, contar con más turistas y poseer abundantes recursos con potencialidad no es suficiente para afirmar que un destino como Perú es competitivo. Los modelos propuestos sugieren que estos recursos sean gestionados por industrias competitivas capaces de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios por encima de los estándares internacionales. Así, un país será próspero en la medida que cuente con una masa significativa de empresas competitivas en una o varias industrias, por lo que la competitividad debe entenderse en términos de industrias o sectores y no en términos de una nación”.

Figura 1. Industrias turísticas en el Diamante de Porter



Fuente: Elaboración propia basada en Porter (1991)

En este contexto, debe señalarse que para que la industria del turismo llegue a ser competitiva a escala mundial se requieren acciones conjuntas entre las empresas privadas y los distintos niveles de gobierno. Así, para reflejar estas relaciones, Porter señala que existen cuatro ámbitos fundamentales —las

características de la demanda, las condiciones de la producción, los sectores conexos y de apoyo (clústers), y los factores que determinan a las empresas del sector— que explican por qué las empresas innovan y se mantienen competitivas en determinadas industrias o sectores. Bajo esta metodología, se realizó un ejercicio con el fin de conocer la contribución del sector público a la competitividad de las empresas del sector (Gráfico 01).

Asimismo, las acciones del MINCETUR para mejorar la competitividad se intensifican en dos elementos del diamante: “condiciones de los factores de producción” y “características de la demanda”. Sin embargo, su rol facilitador y promotor de la competitividad empresarial le otorga presencia en el resto de ámbitos para mejorar la competitividad. En el Anexo 01 se detallan algunas de las acciones del Estado que vienen contribuyendo a la generación de competitividad en el sector turismo, por lo que, *un aspecto considerado como factor central de la competitividad es la calidad de los servicios turísticos*. Para ello, MINCETUR cuenta con el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú, el cual está priorizando la elaboración de manuales de buenas prácticas, la normalización de los servicios turísticos, el desarrollo del Programa de Conciencia Turística y la implementación de los contenidos educativos del Proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú (FIT Perú). Considera también, que la seguridad juega un rol importante en la competitividad del sector, ya que, según el Perfil del Turista Extranjero (2007), señala que el nivel de satisfacción (97%) y el grado de recomendación del Perú (87%) son bastante alentadores, sin embargo, un 12% de los turistas mencionó que recomendaría a nuestro país, pero con cierta reserva debido a la delincuencia e inseguridad. Por otro lado, con el fin de mejorar la competitividad de las MYPE turísticas es necesario que el sector público tenga un rol normativo, promotor, facilitador, concertador y descentralizador que ayude a superar las inequidades en el acceso a los servicios y las imperfecciones en los mercados a los que se enfrentan las MYPE (este rol se fundamenta en: Ley MYPE 28015, Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo (Nº 28304), Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales (Nº 27867) y Ley Orgánica de Municipalidades (Nº 27972)).

Finalmente, concluye que de acuerdo con el índice de competitividad para el sector turismo, según el Foro Económico Mundial (2008), en América Latina el destino turístico que presenta una mayor posición competitiva es Costa Rica. Perú, por el contrario, tiene aún una presencia reducida a nivel regional y se encuentra en una posición poco competitiva (puesto 70).

2.1.1.2 Antecedentes del turismo rural en el Perú

En el año 2008, la asesora del despacho ministerial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, anunció que “El Perú reúne los requisitos para convertirse en un destino líder para el Turismo Rural Comunitario”, y sobretodo en la Región de Puno luego de llevarse a cabo el II Encuentro Nacional de Turismo Rural Comunitario que se desarrolló en noviembre del 2008 en la ciudad de Puno. El evento se denominó “Calidad es nuestro desafío” con el objetivo de ofertar destinos y servicios más competitivos. Por ende, el MINCETUR y ONGs pretenden mejorar la calidad de vida de las familias con acondicionamiento de las casas de las poblaciones rurales vinculadas al turismo rural comunitario, asimismo, mencionan que pretenden mejorar las oportunidades de desarrollo económico-social, conservando y preservando los recursos naturales y culturales, por ende, una nueva alternativa de turismo planificado y sostenible en el tiempo.

La organización, planificación y sostenibilidad de las comunidades tienen un componente clave de producto y este es la “cultura rural” que se pretende dar a conocer a través de un turismo alternativo¹. Sin embargo, el Perú es uno de los países que actualmente dispone en materia de legislación, de unos lineamientos de turismo rural para orientar a la actividad en el país y trabajar de forma coordinada y concertada entre las comunidades rurales, las direcciones regionales, las instituciones y ONGs que vienen impulsando el desarrollo del turismo rural a nivel nacional. Asimismo, a través de un estudio, se han establecido emprendimientos de turismo rural a nivel nacional, a través de 8 zonas que comprende el norte, centro y sur del país. *Se considera un*

¹ El MINCETUR ha creado el portal www.turismoruralperu.org, allí se publican las acciones que se desarrollan a nivel institucional, al servicio de gobiernos locales (GL), regionales (GR), ONGs y cooperantes.

emprendimiento real a aquellos que cumplen con los lineamientos de turismo rural, planteados por el viceministerio de turismo, siendo uno de los principales en el que exista participación de la población local en la presentación del servicio y su comercialización. Según la distribución de emprendimientos rurales a nivel nacional existen 62 que representa 57% de emprendimientos potenciales, sin embargo, los emprendimientos reales representan el 43% que equivale a 37 emprendimientos.

Tabla 1. Emprendimientos de turismo rural en la zona sur del Perú

Zona	Región	Cantidad
Zona 6	Ica	2
	Ayacucho	3
	Huancavelica	3
Zona 7	Apurímac	1
	Cusco	12
	Madre de Dios	4
Zona 8	Arequipa	1
	Puno	10
	Moquegua	1
	Tacna	0
TOTAL		37
Fuente: Plan estratégico Nacional de Turismo – PENTUR		

Asimismo, indica que la mayor concentración de emprendimientos rurales se sitúa en la zona sur (45%), seguida por la zona norte (36%) y finalmente la zona centro (19%). En esencia, cabe resaltar la situación de la zona sur, indicando que, está conformada por Ica, Ayacucho y Huancavelica (zonas 6); Apurímac, Cusco y Madre de Dios (zona 7) y Arequipa, Moquegua, Tacna y Puno (zona 8) como puede observarse en el cuadro 01. Asimismo, cabe resaltar específicamente la Zona 8, conformada por Arequipa, Puno, Moquegua y Tacna, los cuales han desarrollado el turismo rural o vivencial a lo largo de más de una década aproximadamente, donde la Región de Puno es la pionera, asimismo, se tiene en consideración que: Puno es una región que cuenta con todas las ventajas de desarrollo de actividad turística comunitaria o vivencial,

cuenta con mas de 8 emprendimientos a la fecha, y según el MINCETUR es una de las principales zonas donde emerge este tipo de actividad. Asimismo, la zona es realmente privilegiada por el ecosistema con que cuenta además de la belleza paisajística. Asimismo, describe que las comunidades han visto por conveniente desarrollar la actividad turística como una herramienta para su progreso, es así que:

“... la comunidad de Llachón, donde la actividad se ha ido incrementando de manera progresiva hasta llegar a formar en la actualidad parte cotidiana de su vida. El turismo rural, tipología definida por ellos mismos, se mantiene bajos sus propios lineamientos, así las construcciones de las habitaciones son hechas de adobe, los techos son forrados con paja y cuentan con camas muy cómodas con vista al lago, de manera que uno puede ver los primeros rayos solares reflejados en el mítico lago, la comida es típica con algunos matices de comida internacional, por supuesto los ingredientes favoritos son la quinua y el pescado”.

Otras comunidades de Capachica que brindan turismo rural son:

“...la comunidad de Ccotos y la isla de Tikonata, quienes empezaron con la actividad turística recientemente, fueron apoyados por algunas instituciones pero todo lo que han logrado hasta el día de hoy es gracias a su esfuerzo y dedicación. Las habitaciones son típicas y tradicionales, todas tienen vista al lago. La arquitectura del conjunto de habitaciones es singular, fueron inspiradas en construcciones pre colombinas de las zonas y están hechas con aquellas técnicas ancestrales...”

2.1.2. Descripción de emprendimientos reales de turismo rural en la Región de Puno

a. Isla Amantaní

Amantaní está formada por nueve comunidades: el pueblo central, Santa Rosa, Lampayuni, Villa Orinojón, Sancayuni Alto, Sancayuni Bajo, Occosuyo, Colquecachi e Incatiana. Tienen un generador de luz que actualmente no está en funcionamiento por falta de dinero para comprar el combustible que requiere. Según datos de los pobladores este generador consume 11 galones de petróleo por hora de luz. En este sentido la mayoría

de casas ha optado por colocar paneles solares para resolver el problema de la falta de energía eléctrica. Hay agua en todos los sectores de la isla que es tomado de diversos manantiales y riachuelos ubicados en las partes altas de la isla. No cuentan con desagüe pero si hay una buena cantidad de pozos sépticos en toda la Isla. A diferencia de los otros emprendimientos que se dan en la península de Capachica, aquí las habitaciones destinadas para los turistas forman parte de las viviendas de los pobladores. Algunas aún conservan el estilo tradicional de construcción, pero son mínimas ya que la gran mayoría de las casas son de un estilo más urbano. Cada hospedaje es independiente y tiene entre uno a tres habitaciones con una capacidad máxima de 8 a 12 turistas. El costo por el alojamiento oscila entre US\$ 10 – 12 dólares que incluye el alojamiento y la alimentación por una noche. Cada familia ofrece dentro de su hospedaje la alimentación para sus visitantes, que puede ser individual, es decir en su propia habitación o compartir la comida con el dueño de casa.

b. Isla Taquile

Taquile está formada por seis comunidades. Sólo un 10% de la población no cuenta con luz. El resto usa paneles solares para resolver el problema de la luz ya que la isla no cuenta con energía eléctrica. Taquile si tiene un gran problema con el agua, sobre todo en épocas de sequía, cuentan con una bomba que capta agua del lago pero que no se encuentra en funcionamiento por la falta de combustible para su funcionamiento. Esta bomba de agua consume 1 cilindro de petróleo por media hora de agua. Para contar con agua caliente los pobladores de Taquile han sido capacitados en diseñar y elaborar termas solares, gracias al apoyo de la ONG Danesa AXIS que trabajó con ellos en este tema durante el año 2001. Finalmente cuentan con letrinas con pozos sépticos construidos por la comunidad por lo que exigen capacitación en este aspecto. El alojamiento es familiar y de carácter extra-hotelero. Existen varias decenas de casas con una capacidad instalada de 700 camas. El costo por cama es en promedio de S/. 10.00 la noche. La casa que se pudo visitar fue la del Sr. Alejandro Flores, que es la mejor acondicionada de toda la isla, cuenta con 9 habitaciones y un total de 24 camas además de baño privado dentro de

sus habitaciones con agua fría y caliente. Servicios de Alimentos y bebidas. Existen 22 pequeños restaurantes con una capacidad de 500 comensales. Ofrecen algunos platos de la comida nacional, especialmente a base de pescado del lago, tortillas e infusiones calientes, también expenden bebidas gaseosas y cerveza. El menú para un turista tiene un precio de S/. 20.00 y en el comedor comunal se puede conseguir a S/. 10.00.

c. Comunidad Atuncolla

Ubicado en el distrito del mismo nombre, sobre el camino hacia el complejo arqueológico de Sillustani. Para el servicio de hospedaje se ha constituido la Asociación de Servicios de Turismo Vivencial “Los Qollas de Sillustani” (ASTURIS), que está formada por 25 socios de los cuales sólo 12 socios son activos y de estos 10 ya tienen sus casas implementadas y listas para recibir a los turistas. Cada casa cuenta con una habitación para alojar a dos turistas. En ese sentido es digno de mencionar que esta comunidad nunca ha tenido turistas que se queden a pernoctar, todos sus visitantes sólo son temporales, bien sea al ingreso o a la salida del complejo arqueológico de Sillustani, es más, no cobran por ningún servicio, sólo se benefician de la venta de sus artesanías y de la voluntad del visitante. Este emprendimiento cuenta con el apoyo del Proyecto Corredor Cusco – Puno a pedido de la misma comunidad, quienes han sido capacitados en la construcción de las viviendas. Sin embargo aún están exigiendo la capacitación en idiomas, preparación de alimentos, guiado y atención al visitante, mejoramiento en el acabado de sus artesanías, además de un apoyo en la promoción de la zona como destino de turismo vivencial. Así mismo, esta comunidad ha tenido un acercamiento a otros emprendimientos como es el caso de Raqchi y Patabamba en Cusco, gracias al apoyo del proyecto que también se encuentra trabajando con dichas comunidades.

d. Distrito de Capachica

Centro Poblado de Ccotos. Ubicado en el distrito de Capachica. Aquí la asociación de turismo de la comunidad contaba en un principio con 8 socios. Ahora son 12 los socios, representados cada una por una familia que cuenta con una habitación. Hay un total de 20 camas aproximadamente

entre todos los socios. Algunos socios aún no cuentan con sus viviendas adecuadas, sin embargo se han asociado pues en el futuro y como vaya su economía piensan habilitar algunas habitaciones para recibir turistas.

Isla Tikonata. Perteneciente a la comunidad de Ccotos, esta isla ofrece la posibilidad a los turistas de poder pernoctar en las viviendas acondicionadas. Cabe mencionar que a la isla sólo se va cuando hay turistas que atender. Estos comuneros no están asociados pero sin embargo ya se encuentran trabajando y recibiendo turistas por medio de la agencia de viajes “Kontiki Tours”.

e. Centro Poblado San Juan de Hilata – Chifrón.

Tiene mucha similitud con el centro poblado de Escallani, y es paso obligatorio para llegar al distrito de Capachica. En Chifrón según lo manifestado por los comuneros, ya llegan grupos de turistas a través del contacto con algunas agencias de viaje de Puno y Arequipa. Su principal atractivo es la artesanía: los tejidos a punto son su principal producto. Existen 8 casas hospedajes cada una de ellas con una habitación que alberga a dos visitantes. De éstas 4 se encuentran en funcionamiento y las demás están recién siendo implementadas.

f. Centro Poblado de Llachón.

En Llachón existe hace no más de un año de constituida la Federación de Turismo Rural. La Federación está compuesta por 9 directivos que forman un concejo. Este concejo se integra por los representantes de las asociaciones de hospedajes, restaurantes, transporte lacustre, botes veleros, artesanos, y tiendas comerciales (bodegas). Para el hospedaje existen 10 asociaciones que están compuestas por 10 a 12 familias cada una. Cada Asociación es independiente en su comercialización e independiente en la manera que distribuyen a sus visitantes. Sin embargo por acuerdo de la Federación cada familia tiene en su vivienda 1 ó 2 ambientes destinados para alojar al turista. Cada ambiente esta destinado para 2 huéspedes y todas las habitaciones tienen baños comunes con pozos sépticos y un lavadero. Existe una capacidad máxima de 160 camas en toda la comunidad.

g. El Tesoro de Wiñaymarka – Isla Anapia.

Se encuentra localizada en el Lago Menor del Titicaca o Wiñaymarka, (1,470 Km², o sea 16% del Lago Titicaca), departamento de Puno, provincia de Yunguyo, Distrito Insular de Anapia. En Anapia existen cuatro organizaciones de base, está la organización del vaso de leche, el comité de pescadores, la asociación de criadores de truchas y el ADETURS, asociación para el desarrollo del turismo sostenible en Anapia, quien organiza los siguientes comités: 1. De Casas Hospedaje: 13 casas que incluyen la alimentación. 2. De Lancheros: 12 lanchas. 3. De Botes veleros: 26 botes veleros. 4. De Botes veleros a motor: 6 botes veleros a motor. 5. De Comida Típica: 19 señoras que hacen comida típica. Aquí fue necesaria el apoyo y la capacitación de Caritas. 6. De Guías locales: 2 persona. El comité de Lancheros es el único que se encuentra brindando los servicios de manera formal, es decir funcionan como empresa. El costo del transporte Punta Hermosa – Anapia – Punta Hermosa es de S/240.00 soles. Por otro lado el servicio de hospedaje es familiar, donde cada una de ellas cuenta con dos camas por lo que estamos hablando de un total de 26 camas como capacidad instalada. Sin embargo se están implementando más habitaciones en algunas casas, además que cuentan con baños con sanitarios y lavaderos, 9 de las 12 casas tienen agua caliente. Los alojamientos son de un estilo y diseño moderno, sólo una de las casas conserva la construcción tradicional de la zona.

2.1.3. Antecedentes del Turismo Rural en Amantaní

En la década de los 70's y 80's se ejecutó en la zona turística Cusco-Puno importantes proyectos turísticos a cargo del Plan Turístico Cultural Perú UNESCO (COPESCO) con financiamiento del BID, constituyéndose en el primer Plan de Desarrollo Turístico de América Latina, sin embargo, no se ejecutó la II etapa que cuenta con estudios, cerrándose la Sub-dirección ejecutiva en Puno. Asimismo, en 1975, se elaboró el primer Inventario de Patrimonio Turístico del departamento de Puno, producto de un convenio entre la Dirección General de Turismo y el Comité Departamental de Desarrollo de

Puno. En 1980 se elabora el proyecto de pre-inversión “Utilización Turística del Lago Titicaca” a cargo de un equipo de investigación de la DIRCETUR, producto de un convenio entre el Organismo Regional de Desarrollo de Puno - ORDEPUNO y la Corporación Financiera de Desarrollo – COFIDE (Flores, 2005).

En el periodo 1986-1992 funcionó la Oficina Descentralizada del Fondo de Promoción Turística (FOPTUR) con importantes avances en materia de promoción. Desde 1975 a la fecha se conocen algunos esfuerzos aislados de la DIRCETUR, que no cuenta con un presupuesto adecuado. El PELT propuso un proyecto integral de aprovechamiento ecológico y turístico de la bahía de Puno del Lago Titicaca. En 1997 el Concejo Transitorio de Administración Regional Moquegua Tacna Puno encarga al Instituto PRODUCIR la elaboración de un Plan Estratégico para el desarrollo Turístico de la Región Moquegua, Tacna y Puno.

El turismo rural en Amantaní ha evolucionado como copia a la isla Taquile, y presenta deficiencias en la calidad de sus servicios tanto en hospedaje como en alimentación. El turismo rural, en la isla Amantaní funciona sin ningún reglamento oficial de la DIRCETUR que garantice la calidad y seguridad de los servicios de hospedaje que se viene brindando en este distrito turístico, a pesar de que la DIRCETUR a la fecha cuenta con un reglamento para los hospedajes rurales, este aún no ha sido publicado por encontrarse en revisión. Por su parte, proponen que el hospedaje rural debe de contar con una normatividad y que por lo menos estos establecimientos de hospedaje rural deben de estar dentro de la categoría de hotel de una estrella, para brindar un mejor servicio al turista, ya que estos exigen calidad y buenos servicios. La DIRCETUR en coordinación con CARITAS y la Municipalidad de Amantaní, han realizado capacitaciones en la preparación de comidas a los pobladores que prestan este servicio, pero por falta de recursos, presupuesto y una mejor coordinación en los compromisos asumidos, no hubo una continuidad, razón por la cual no se pudo mejorar la calidad del servicio de alimentación. Por otro lado los pobladores de esta isla son muy cerrados y ponen mucha resistencia a los cambios que se les sugiere en materia de turismo; y son los mismos

pobladores quienes abaratan sus precios razón por el cual se hacen explotar con el turismo.

2.1.3.1. Desarrollo del turismo rural en Amantani

-Según Gascón Jordi (s.f.), en su estudio “El turismo como factor de globalización: Un caso Andino”- Accion por un turismo responsable; menciona en su estudio que el turismo internacional es causa y consecuencia de fenomenos globalizados. Sin embargo, el turismo tiene una consecuencia de degradacion del medio ambiente o la dependencia de los agentes turisticos. Asimismo, el turismo ha tenido impactos distintos entre sociedades, por lo que generó un nuevo discurso más equilibrado. Por lo que, son dos aspectos que deben considerarse como: a) no es un fenómeno inocuo, y, b) las consecuencias del impacto no son generalizables, asi que, se debe tener en cuenta características endógenas (sociales, políticas y económicas) de la sociedad receptora, tipo y volumen del turismo, quién controla y gestiona, entre otros. Por lo que, los estudios de caso a nivel microsocial siguen siendo importantes. Por lo que analizó, cómo el desarrollo del sector turístico ha conllevado a la exportación de una forma de organización de corte occidental y moderno antes desconocido “la empresa en la isla Amantani”. Indicando, que en una poblacion aproximada de 4000 habitantes quechuas, con actividad de origen agricultor, durante la segunda mitad del siglo XX han estado diversificando sus fuentes de ingresos donde siguen explotando sus tierras pero emigran para otras actividades como construcción, transportistas, abarroteros, entre otros, pero que a su vez éstas giran alrededor del turismo, un turismo rural vivencial del tipo étnico que se desarrolla desde la decada de los 70’s. En 1978, las autoridades amantaneñas decidieron desarrollar el turismo ante el éxito que estaba teniendo la isla Taquile, por lo que, tenían el convencimiento de que el turismo llegaría a raudales y que beneficiaría a todos. Ante esta expectativa, empezaron a realizar una serie de acciones destinadas a asegurar y explotar el nuevo recurso.

La mayoría habilitó en sus viviendas una habitación para hospedar a los turistas, pues la lejanía de Puno, obliga a los visitantes a pasar al menos una noche en Amantani. La municipalidad encargada de dar las licencias de

hospedaje dictaminó unas normas mínimas de limpieza y confortabilidad que estas habitaciones debía de cumplir, se estableció precios fijos a cobrar a los turistas por la manutención (comida y cama). También se consiguió un apoyo gubernamental para construir un salón artesanal donde vender artesanías. Asimismo, en su intento de brindar más atractivos para el visitante, coronan a dos cerros que hasta entonces se denominaban Coanos y Llaquistitis y se cambiaron por Pachamama y Pachatata. Se revitalizaron fiestas para atraera a turistas, se instituyeron nuevos cargos, cuya finalidad era dirigir y organizar las nuevas actividades que debían conllevar al turismo, como la vigilancia, estado de infraestructura, cuidado y habilitación de los elementos de interés turístico, o la gestión del salón artesanal.

A inicios de la década de 1980, las esperanzas colocadas en el turismo por todos los amantaneños como la mejor solución a problemas económicos fueron desapareciendo, por dos razones: 1) Escasez de visitantes en relación a las expectativas planeadas, exitosa competencia de Taquile a la hora de atraer turistas, crisis del turismo en esa década debido al conflicto armado que es un factor explicatorio. 2) El nuevo recurso fue monopolizándose por una minoría (los lancheros).

En el proceso de diversificación de sus actividades económicas, algunos isleños optaron por hacerse transportistas, por lo que establecieron sociedades para la adquisición de lanchas a motor. Estas embarcaciones, tenían como objetivo transportar a los autóctonos y mercancías, pero con el desarrollo del turismo, las posibilidades de beneficios aumentaron. En 1978, con el desarrollo del turismo en la isla, las lanchas existentes eran seis (06), suficientes para cubrir las necesidades de sus pobladores; sin embargo, después de 1978 – 1996, el número se triplicó, y por ello, los principales beneficiarios del turismo son ellos, ya que no solo los transportaba sino también los hospedaba (ellos tenían el primer contacto con turistas y la tripulación se reparte a los turistas, y al llegar al muelle sus esposas e hijos los esperan y se llevan a los turistas a sus casas). Por lo que, en teoría todos los isleños tienen derecho a acceder a este recurso, lo que impide sea repartido equitativamente es el control inadecuado, ya que quien cuenta con la mayor posibilidad es de forma privada

a través de la flota lanchera. El único beneficio del turismo que tiene el resto de la población es la venta de artesanías, que esta establecida en forma de cooperativa de comercialización, y la repartición de beneficios son pequeñas por el gran número de integrantes, y teniendo en cuenta que el número de visitantes es escaso, este se hace minúsculo. Pero, también obtienen beneficio por hospedaje, y este tiene un beneficio mayor puesto que la repartición es entre pocos. Por tanto, ante esta desigual distribución de un recurso, que inicialmente se estableció como provecho común, generó una situación de conflicto en el seno de la sociedad amantaneña, y la lucha por el turismo se convirtió en el principal motivo de conflicto social en las décadas 80's y 90's, en donde los lancheros se enfrentaron a propios y extraños por el control del turismo.

Defensa del turismo frente a agentes externos

A mediados de los 90's un tour-operador que cada año llevaba a un grupo de turistas a realizar ejercicios espirituales a Amantaní decidió establecer una casa para recoger huérfanos y buscó financiamiento particular, a escasos metros del lago y al frente del muelle. Según las características, los pobladores pensaron que era un hotel, por lo que los pobladores protestaron y paralizaron el proyecto, creyendo que buscaban beneficiarse los foráneos por la actividad, sin embargo, luego de justificar la razón real, dieron los permisos correspondientes. Asimismo, en los 80's los lancheros entraron en conflicto por el control de vías de comunicación lacustre, ya que despertó interés de embarcaciones de Taquile y Puno que estaban en manos de agencias de viaje. Por lo que, con la finalidad de controlar la ruta, estas sociedades denunciaron a la Comandancia de la Marina por trabajar sin permiso, y esto afectaba a los beneficios de los lancheros, por lo que, el tema era serio puesto que los lancheros no solo se verían afectados en sus ingresos sino también en el control y monopolio de hospedaje, y había el riesgo de que la casa de isleños que tuviesen contacto con agencias que acepten precios más bajos por el alojamiento. Es así, que los amantaneños formalizaron la primera empresa de Transporte Turístico lacustre de Amantaní, para poder tener los permisos y el monopolio de ruta Puno-Amantaní.

Una nueva forma de organización: la empresa

La finalidad de establecer una empresa fue obtener el control legal de la ruta Puno-Amantani, luego, podía pensarse que logrado el objetivo, la empresa sería una institución fantasma, pero no, los lancheros encontraron nuevas utilidades empresarial-político, grupo social preponderante que defendía sus intereses interna y externamente de la comunidad. Buscaban cargos de autoridad más importantes del distrito: Gobernador y Alcaldía, por lo que desde 1980 eligen autoridades que reciben remuneración del Estado, pero no el de Gobernador, que era un cargo oneroso y solo estaba al alcance de isleños mejor situados económicamente, y su elección excluía la participación de la comunidad, ya que el Gobernador saliente elegía al entrante. Asimismo, el interés de los lancheros por controlar la Gobernación era doble: a) por un lado, les permitía dedicar una parte importante de los recursos de la isla y estatales en su beneficio, b) desde allí evitar los intentos de sus paisanos en terminar con el monopolio sobre el turismo.

En 1993, los agentes eran opositores del monopolio, y presionaron al nuevo alcalde para que tomase cartas en el asunto, por lo que una medida fue establecer una figura repartidora de turistas, por lo que los lancheros reaccionaron acusando de favoritismos a allegados, y no se cumplía estas medidas, incluso provocaron tal enfrentamiento del que fueron testigos los turistas. Por tanto, autoridades y representantes de lanchas se reunieron para llegar a un acuerdo, donde acordaron que los lancheros solo podían quedarse con seis turistas que transportasen, y los restantes se repartirían por el Consejo Municipal entre los demás pobladores. Sin embargo, no es fluida la visita y no se promocionaba Amantani, por lo que los hoteleros no percibían ninguna ganancia al hacerlo, por tanto, era difícil que mostrasen interés, y por ende, el Alcalde se compromete a promocionar actividades dirigidas al turismo. Sin embargo, al no cumplirse el pacto acordado ya sea por la temporada baja, los lancheros raramente llevaban más de seis turistas, por lo que el equipo municipal dispuso una nueva medida impopular, una fuerte subida de impuestos municipales, entre ellos al alojamiento, hecho que afectaba a los principales beneficiarios – los transportistas. Por lo que, los lancheros acusaron al alcalde de malversación de fondos públicos, y que por ello buscaba

incrementar los impuestos y saldar cuentas no claras, por tanto, se abrió un cabildo abierto en marzo de 1994 para mostrar a la comunidad el estado de las arcas municipales, y se volvió al acuerdo inicial. Asimismo, a mediados de 1990 en Amantani había 280 casas dispuestas a alojar turistas, pero las licencias de hospedaje eran menos del centenar.

2.2. Marco teórico

2.2.1. La competitividad y sus determinantes

Tabla 2. Conceptos diversos de competitividad

AUTOR(ES)	DEFINICIÓN
Informe de la Comisión Especial de la Cámara de los Lores sobre Comercio Internacional, 1985	Una empresa es competitiva cuando puede producir productos y servicios de calidad superior y a costos inferiores que sus competidores nacionales e internacionales. Es sinónimo del desempeño de rentabilidad de una empresa en el largo plazo y de su capacidad para remunerar a sus empleados y generar un mayor rendimiento para sus propietarios
R. Feenstra, 1989	Es la capacidad de un país, un sector o una empresa particular, de participar en los mercados extremos.
Consejo de Política de Competitividad de los Estados Unidos	Es la capacidad de producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales mientras los ciudadanos gozan de un nivel de vida creciente y sostenible a largo plazo.
Grupo Consultivo sobre la Competitividad (grupo Ciampi), "La mejora de la competitividad europea" (Junio de 1995).	"La competitividad implica elementos de productividad, eficiencia y rentabilidad, pero no constituye un fin ni un objetivo en sí misma. Es un medio poderoso para alcanzar mejores niveles de vida y un mayor bienestar social —una herramienta para el logro de objetivos. Al aumentar la productividad y la eficiencia en el contexto de la especialización internacional, la competitividad brinda a nivel mundial la base para incrementar los ingresos de las personas sin generar inflación. Debe considerarse la competitividad como un medio básico de mejorar el nivel de vida, crear empleos para los desempleados y erradicar la pobreza"
Michael Porter (Junio de 1998)	"La productividad nacional es el único concepto válido de competitividad a nivel nacional"
OCDE, 1996, "Benchmarking	La competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado,

Business Environments in the Global Economy”	puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su pueblo a largo plazo
Hassan, 2000	“la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores”
D’Hautesserre, 2000	La competitividad del destino como “la capacidad de un destino para mantener su posición en el mercado y compartir y/o mejorarla a través del tiempo”
Valls, 2004	“Para que un destino turístico sea competitivo debe generar a largo plazo beneficios superiores a la media de la competencia en tres ámbitos: <i>beneficios económicos</i> (para los negocios de la zona de modo que atraiga a los mejores inversores, empresarios, trabajadores, proveedores, etc.), <i>beneficios sociales</i> (en términos de calidad de vida, puestos de trabajo de calidad, innovación, etc.) y <i>beneficios medioambientales</i> (de manera que el uso turístico financie íntegramente la tasa de regeneración y no haya que recurrir a excepciones)”
Sancho et al., 2001	“la competitividad global de un destino turístico implica lograr la sostenibilidad económica, sociocultural y ecológica, ya que si no se logra en algunas de estas áreas no será posible obtenerla a nivel global”
Fuente: Elaboración propia	

2.2.2. Ventaja competitiva VS. Ventaja comparativa

Tabla 3. Características de las ventajas comparativas y competitivas

VENTAJA COMPARATIVA	VENTAJA COMPETITIVA
Factores inherentes al destino, que han propiciado su desarrollo turístico, con escasa intervención, formando parte de los recursos básicos que hacen atractiva una zona. Es decir, una determinada zona turística puede tener una “ <i>situación de partida</i> ”, (OMT, 1998), en función de los favores que la naturaleza le haya otorgado, además de otras condiciones	La ventaja competitiva se refiere a aquellos aspectos que el destino turístico sea capaz de incorporar, para diferenciar su producto y así poder competir con mayor garantía, ya de un modo estratégico, con un diseño explícito, consciente y riguroso.

<p>existentes en la zona, como por ejemplo, socioeconómicas, políticas, entre otras.</p> <p>Los destinos turísticos que han competido comparativamente a lo largo de su evolución, no lo han hecho de una forma consciente, sino que han llevado a cabo una estrategia implícita en su desarrollo, como por ejemplo el factor precio, en función de la aparición de competidores y de la elasticidad mostrada por la demanda, por tanto, <i>“la ventaja comparativa radica en la habilidad, recursos, conocimientos y atributos de los que dispone dicho destino, los mismos de los que carece sus competidores, o que éstos tienen en menor medida, y que hacen posible de unos rendimientos superiores a los de aquéllos”</i>.</p>	<p>El escenario turístico actual, con la emergencia de competidores, con productos muy similares, en las prácticas intercambiables, obliga a este tipo de políticas por parte de los destinos que quieran asegurar un posicionamiento duradero.</p>
<p>Fuente: Elaboración propia basada en la literatura revisada.</p>	

2.2.3. Michael Porter y la competitividad estructural

Porter desarrolla una línea de investigación que puede enmarcarse en la denominada teoría de la competitividad estructural, a partir de la cual se pretende explicar la competitividad empresarial a partir de una serie de factores relacionados con el entorno económico general y con la política macroeconómica del gobierno, que acaban induciendo un resultado que es fruto de factores e interacciones complejas entre la empresa, la economía y el gobierno. En este sentido, Porter (1991) menciona que: *«la competitividad se determina por la productividad con la cual una nación, región o clúster utiliza sus recursos naturales, humanos y de capital. La productividad fija el estándar de vida de una nación o región (salarios, retornos al capital, retornos a las dotaciones de recursos naturales)»*.

La competitividad nacional se sostiene en las condiciones macroeconómicas de un país, la sofisticación de las operaciones de las compañías y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en el cual las empresas compiten. Se destaca en sus aportes su modelo del **diamante de la competitividad** (Porter, 1991), en el que relaciona el éxito de una empresa con una adecuada

dotación de recursos básicos y avanzados (*condiciones de los factores*); una demanda sofisticada (*Condiciones de la demanda*); con la presencia de sectores afines y relacionados (*Sectores relacionados y de apoyo*), y con la estrategia, la estructura y la competencia de las empresas (*Estrategia, estructura y rivalidad*) y la dinámica dentro del diamante. Estos atributos y la interacción entre ellos explican por qué innovan y se mantienen competitivas las empresas ubicadas en determinadas regiones (*clústers*), esto puede observarse en el gráfico 02.

Figura 2. Diamante de Competitividad de Porter



Fuente: Porter, 1991.

En la gráfica 02, se observa que el Modelo del Diamante de Competitividad de Porter, para explicar los factores determinantes de las ventajas competitivas de las naciones, ya sea en determinados sectores de la economía o en segmentos determinados. El modelo parte de la identificación de las *condiciones de factores*, que conforman el punto de inicio de las ventajas competitivas, e incluyen recursos humanos, físicos, de conocimiento, de capital y tecnológicos. Las ventajas competitivas en un sector de la economía pueden estar dadas por la posesión de algunos de estos factores; del mismo modo, las fortalezas en otros sectores del diamante pueden resultar en desventajas respecto a los mismos.

En este modelo, las *condiciones de la demanda* establecen la base competitiva para un sector. El Diamante también considera las *industrias o sectores relacionados o afines*, los cuales, al poseer sus propias ventajas competitivas, estimulan el sistema. El cuarto elemento del modelo lo constituye una *estrategia, estructura y rivalidad* firmes, que puede generar un clima de competencia que estimula la optimización de procesos. Asimismo, al modelo de Porter se le agrega dos variables adicionales como la *posibilidad de ocurrencia de sucesos inesperados* y la *governabilidad*, que pueden tener influencia relevante en los cuatro factores centrales del modelo. Finalmente, este aspecto ubica al gobierno como un determinante más dentro del núcleo del modelo, siendo su influencia directa en el caso de su aporte a la construcción de condiciones generales de la producción, y como indirecta a través de la formulación de la política económica o en la definición de acciones dirigidas a la regulación económica y la estabilidad política. Los sucesos inesperados, a su vez, pueden alterar las circunstancias normales en un mercado, introduciendo oportunidades para algunos, y amenazas para otros.

2.2.3.1. Niveles de análisis de la competitividad

Con el objeto de facilitar el estudio y realizar una aproximación más acotada a la investigación, usualmente se analiza la competitividad en tres niveles: país, destino y empresa.

i. La competitividad a nivel país

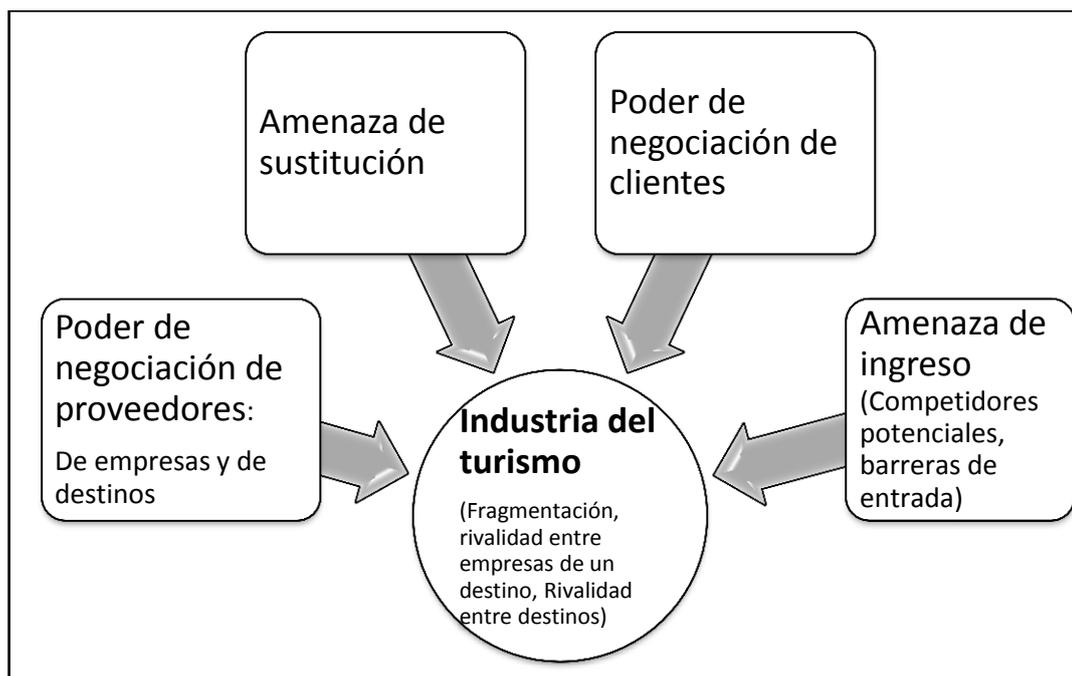
Es el grado en el cual, en condiciones libres y claras de mercado, es capaz de sostener y expandir su participación en los mercados internacionales, al tiempo de elevar la calidad de vida de su población. Para Porter la productividad es el elemento fundamental de la competitividad de un país; en un primer enfoque, sostiene que la competitividad no se hereda sino que se crea y mantiene mediante un proceso altamente localizado, que está en función de la capacidad de su sector industrial para adoptar innovaciones tecnológicas que se traducen en un incremento en la productividad.

ii. La competitividad a nivel empresarial

El común denominador de las definiciones que no pueden llegar a explicar por qué algunas empresas tienen más éxito que otras, aún operando en el mismo entorno, por lo que, el mayor aporte esta línea corresponde a la *teoría de los recursos y capacidades*, que sostiene que las diferencias de éxito competitivo son provocadas principalmente por internos de la empresa. Según esta perspectiva, la *competitividad de la empresa* depende de que ésta sea capaz de configurar un conjunto único de recursos, difícilmente imitables por sus competidores, y que, al ser movilizados con la ayuda de los sistemas de organización y gestión que desarrolle, le dará una serie de capacidades o competencias distintivas. El desafío para la empresa es desarrollar su propia combinación de recursos para maximizar sus posibilidades de rentabilidad. Asimismo, los cambios en los valores y el comportamiento del turista son determinantes en el mercado competitivo y se puede decir que cambian la dirección hacia un nuevo turismo. El hecho de ser viajeros con mayor experiencia y con mayor grado de independencia plantea una demanda de servicios de calidad donde predomine una mejor relación precio/valor y más flexibilidad en la prestación de servicios.

Asimismo, Porter, en la competitividad empresarial considera que su mayor contribución ha sido sistematizar las cinco fuerzas competitivas de una industria que determinan el comportamiento y los resultados de la empresa. En la gráfica 03, se observa estas fuerzas, que contemplan:

Figura 3. Modelo de rivalidad ampliada



Fuente: Adaptado de Porter (1991)

1. Competidores directos que compiten por una misma necesidad con un mismo producto o tecnología.
2. Productos o servicios sustitutos
3. Poder de negociación de los clientes
4. Poder de negociación de los proveedores
5. Amenaza de aparición de nuevos competidores.

Es así, que el grado de rivalidad determinado por la combinación de esas cinco fuerzas, se presenta especialmente en el campo turístico, por la ocurrencia de una serie de hechos: La existencia de multiplicidad de formas de cubrir las necesidades o funciones de base, las bajas barreras de entrada de muchos de los mercados turísticos, el alto poder de negociación de los proveedores, dada la especificidad de los servicios y su caducidad; y finalmente, también la propia rivalidad característica del sector. Por lo que, Porter afirma que la competitividad supone un proceso fuertemente localizado, que fomenta la especialización y la eficacia local. En virtud de ello, son las ciudades los espacios que pueden ofrecer ventajas

competitivas, en la medida que posean o puedan detentar diferentes factores de atracción. Así, pueden identificarse dos tipos de ventajas competitivas:

- **Estáticas**, derivadas de la aglomeración o concentración geográfica y de la desintegración vertical.
- **Dinámicas**, provenientes de la capacidad innovadora y emprendedora. Son ventajas construidas o creadas por empresas o gobiernos locales, asociaciones, o redes de ciudades.

Mientras las ventajas competitivas estáticas provienen principalmente de ciertos elementos o activos de las ciudades, como su localización y concentración geográfica, la disponibilidad de infraestructura (suelo, edificaciones, sistemas de comunicación y transporte) y estándares medio-ambientales aceptables, sin embargo, las ventajas competitivas dinámicas se promueven cuando las ciudades cuentan con una serie de factores como: Recursos humanos calificados (universidades, centros de investigación, cultura), Costo de la fuerza de trabajo, Capacidad de innovación tecnológica y empresarial, Cooperación inter empresarial, Gobiernos locales promotores del desarrollo económico, Entorno institucional propicio, Pertenencia a redes de cooperación entre ciudades y gobiernos. De acuerdo a este modelo, el análisis competitivo puede ser perfectamente aplicado a empresas del sector turístico, y resulta elemental en el diseño de la estrategia empresarial, ya que puede complementarse de buena forma con la noción de producto-mercado. Así como el modelo plantea barreras de entrada para reducir la amenaza de nuevos competidores, también se destacan barreras de salida, constituida por factores económicos estratégicos y emocionales que hacen que las empresas sigan en un determinado sector económico, aun obteniendo bajos beneficios e incluso dando pérdidas.

iii. La competitividad regional y los clústers empresariales

Las políticas regionales tienen como principal objetivo mitigar las desigualdades territoriales, por lo que, el crecimiento económico ha recibido gran atención en los estudios de la ciencia regional. Las regiones y las ciudades, al igual que el país en su conjunto, enfrentan dos imperativos en el

mundo capitalista: *crear empleos y desarrollar su economía*. Estos elementos establecen una diferencia conceptual entre crecimiento y desarrollo económico territorial: el crecimiento se mide con el aumento en alguna de las variables macroeconómicas, como empleo, producto e inversión, en tanto que el desarrollo incluye un cambio estructural, un aumento en la productividad y una mejoría en las condiciones de vida de la población. Las causas y particularidades del crecimiento económico regional se han tratado de explicar con la formulación de teorías o modelos. Su punto de partida es diverso, puesto que algunos hacen hincapié:

- En las *condiciones de la demanda*, como el de base exportadora donde se establece que el crecimiento territorial depende de la demanda exterior, por lo que no considera factores endógenos para el crecimiento económico, al tiempo que el multiplicador de empleo se constituye en una medida simple de competitividad;
- En las *condiciones de oferta* que se apoyan en tablas insumo-producto y enfatizan la disponibilidad de insumos como determinantes del crecimiento. La oferta y demanda son necesarias para lograr una producción rentable y con ello el crecimiento económico, por lo que ambas perspectivas de análisis no deben ser vistas como alternativas, sino más bien complementarias.

La investigación empírica de Michael E. Porter a finales de los años 80 sobre la ventaja competitiva de diferentes naciones evidenció que las empresas líderes en cualquier campo tienden a agruparse en áreas geográficas relativamente pequeñas. Esas agrupaciones se han denominado conglomerados o *clústers* competitivos. La palabra inglesa *clúster* se refiere a una concentración geográfica de empresas e instituciones, en la cual la interacción genera y sustenta ventajas competitivas. Para que un *clúster* de turismo en un país llegue a ser competitivo a escala mundial se requiere de acciones conjuntas de empresas privadas individualmente, de ellas actuando y tomando acciones conjuntas, de sectores relacionados y de los gobiernos locales y centrales. En particular, es importante comprender que, desde lo local, la gestión pública puede inducir el desarrollo de redes de empresas

organizadas con asiento en un particular territorio “clúster”, donde la colaboración y la asociatividad de las empresas son elementos centrales para impulsar su competitividad.

2.2.4. Principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos

Dentro de los modelos existentes acerca de la teoría de la competitividad, cobra importancia destacada el que formuló Michael E. Porter, en sus célebres obras *Competitive Strategy* (1980) y *Competitive Advantage* (1985), donde realiza una aportación brillante sobre los factores de competitividad nacional y la interacción de los mismos. Y así, a partir de la década del noventa se han intentado ofrecer múltiples modelos de competitividad de destinos turísticos.

2.2.4.1. El Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie

Crouch y Ritchie (2003) fueron pioneros en la elaboración de contribuciones conceptuales sobre la competitividad de los destinos turísticos, desarrollando el conocido modelo de la competitividad de Calgary, donde ofrece un marco de referencia con la finalidad de ayudar al destino turístico a competir de un modo más eficaz; donde, el destino turístico competitivo debe contribuir a aumentar el bienestar de la población local. Por lo que, establecen que para entender la competitividad de un destino en el largo plazo es apropiado considerar dos elementos:

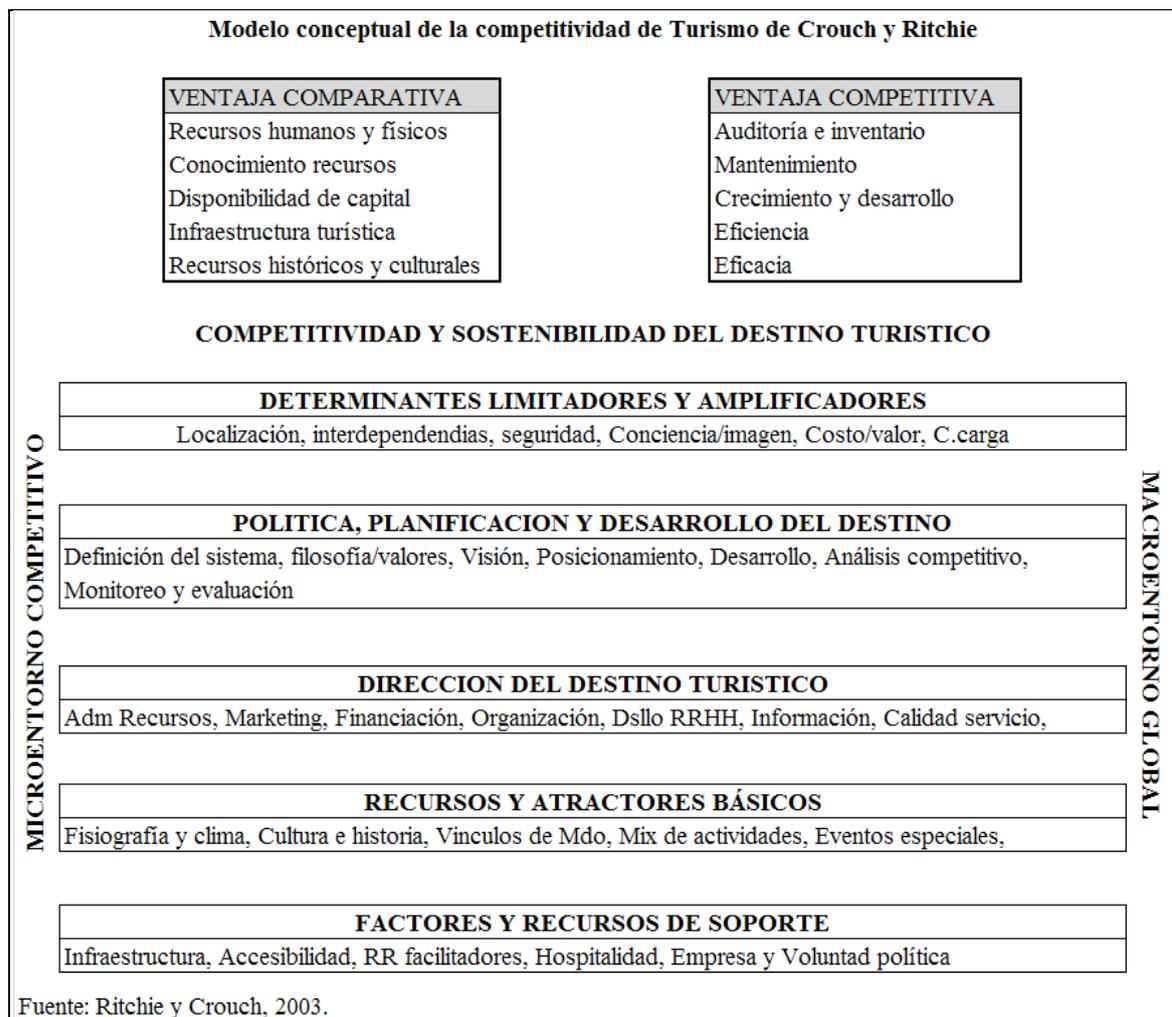
1. La *ventaja comparativa* (recursos endógenos): recursos del destino (recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales y tamaño de la economía).
2. La *ventaja competitiva* (recursos desplegados): capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia).

Por tanto, consideran que el sistema turístico está condicionado constantemente por influencias y presiones que surgen fuera del propio sistema, denominada el **macroentorno** que son los factores económicos, tecnológicos, medioambientales, políticos, legales, socioculturales y demográficos. Por otro lado, tienen en cuenta el **entorno competitivo micro** que incluye los elementos principales que definen el entorno inmediato de competencia, en que el que un destino debe adaptarse para poder competir (residentes, empleados, medios de comunicación, instituciones financieras, turistas, empresas turísticas, entre otros).

Este modelo fue diseñado para entender mejor la complejidad de Gestión de Destinos que según Ritchie & Crouch incluye 9 componentes:

1. **Ventajas comparativas.** Ventajas dado por su propia naturaleza o por la sociedad en cual el destino se encuentra.
2. **Ventajas competitivas.** Establecido como resultado de usar efectivamente los recursos disponibles.
3. **Entorno global.** Reconoce que turismo es un sistema abierto y por eso influido por muchas influencias y presiones que se presentan fuera del sistema mismo.

Figura 4. Modelo conceptual de competitividad de turismo de Crouch y Ritchie



4. **Entorno competitivo- micro ambiente competitivo.** Parte integral del sistema de turismo porque se trata de acciones y actividades de cada elemento dentro del sistema turística que directamente afecta los objetivos de cada miembro del sistema, que puede ser compañías, turistas o una colección de organizaciones que juntos forman un destino.

5. **Recursos y atractivos medulares.** Elementos atractivos primarios de un destino. Son los factores que son los principales motivadores para visitar un destino. De eso hay 6 categorías: I. naturales II. cultura e historia III. vínculos de mercados IV. Actividades V. eventos especiales, VI. superestructura de turismo

6. **Factores y recursos de apoyo.** Dan soporte o cree una fundación en cual una industria turística exitoso puede ser establecida.
7. **Estructura movido por estrategia y política.** Sirve para la planificación y desarrollo del destino. Política proveen una guía de indicación para la dirección, forma y estructura de desarrollo turístico, cuando Estrategia representa las aproximaciones mayores para llegar a los objetivos económicos, sociales y otros objetivos sociales del destino. Esta armadura puede ayudar asegurar que el desarrollo turístico que ocurre promueva un destino competitivo y sostenible y al mismo tiempo cumplir las aspiraciones de calidad-de-vida de ellos que viven en el destino.
8. **Gestión de destino.** Enfoque a estas actividades que invierten, a una base diario, las tareas determinados por el componente de la política, planificación y desarrollo. Intenta de realzar el encanto de los recursos principales y atracciones, fortalecer la calidad y efectividad de los factores de suporta, y adaptar de la mejor manera a los dificultades o oportunidades impuesto o presentado por los determinadores calificativos y amplificativos.
9. **Determinantes cualitativo y amplificativo.** También llamados 'condicionales situacionales', porque representan factores cual efecto a la competitividad y sostenibilidad de un destino turístico es definido por su escala, límite o potencial. Estos determinantes moderan o amplifican la competitividad de un destino por filtrar la influencia de otros componentes y factores.

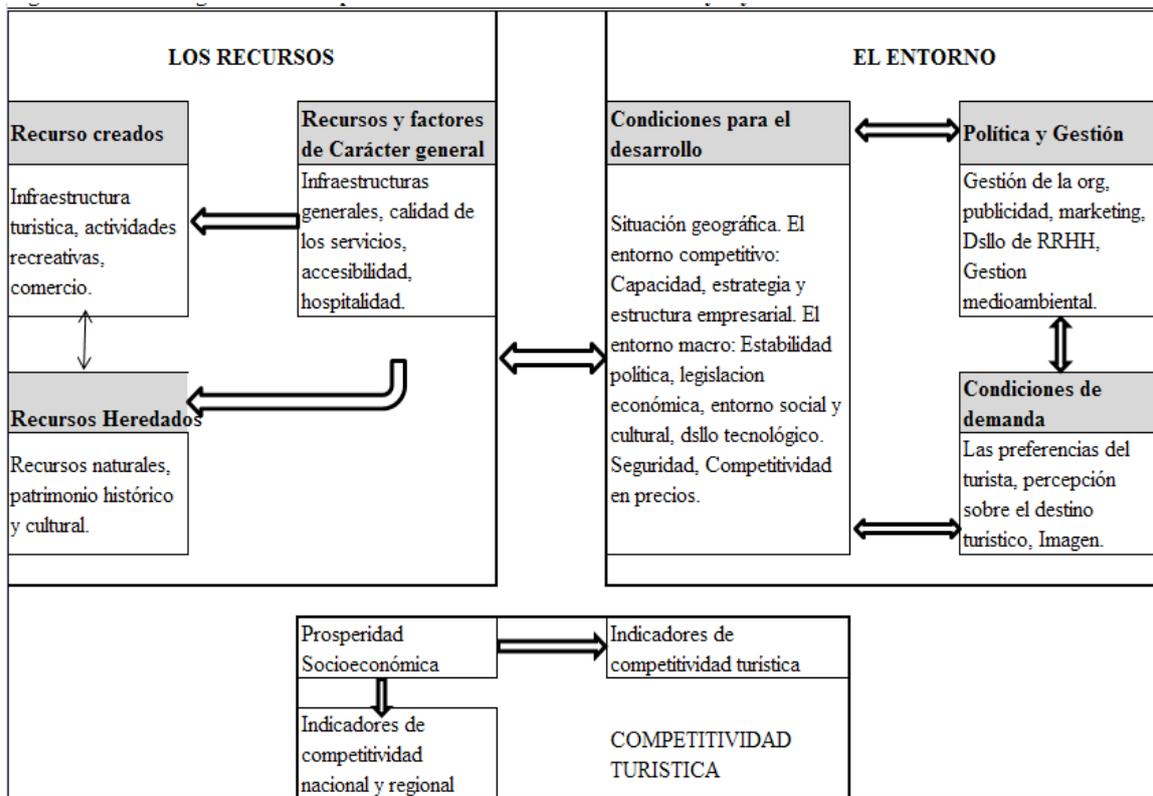
A pesar de que el modelo de Calgary es una de las aportaciones más conocidas e importantes acerca de la competitividad de destinos turísticos, es relevante destacar que algunos autores identificaron varias debilidades de

este modelo; entre ellas: a) primero, es un modelo descriptivo y conceptual, en la práctica muchos destinos no poseen bases de datos ni indicadores para valorar todos los factores que se presentan en el modelo; b). segundo, aunque inicialmente categorizan las variables según su relevancia, diferenciando los factores de soporte, esenciales, etc., sería necesario establecer un orden y ponderar el peso de cada uno de estos elementos, con el fin de jerarquizar la importancia de cada factor; y, c) tercero, se plantean factores de competitividad abstractos o de difícil medición cuantitativa (es muy complicado medir algunos aspectos como por ejemplo la “filosofía”).

2.2.4.2. El Modelo Integrado de la Competitividad del Destino Turístico de Dwyer y Kim

Este modelo es más completo, y sus autores Dwyer y Kim (2003) basados en el modelo de Crouch y Ritchie, propusieron un modelo de competitividad denominado “Modelo Integrado”, en él se exponen que los “recursos heredados”, los “recursos creados” y los “recursos de soporte”, conforman los principales determinantes del éxito del destino turístico y la base de la competitividad turística. Por lo que, el modelo está compuesto por las condiciones situacionales, la gestión del destino y la demanda. El conjunto de estos factores y su interrelación conducen a alcanzar la competitividad de los destinos turísticos, cuyo objetivo final es mejorar el nivel de vida y de bienestar de los residentes (Dwyer y Kim, 2002, 2003) (ver gráfica 05). Sin embargo, también tiene limitaciones, y una principal limitación es la problemática en su aplicación práctica, puesto que *“recoger a través de indicadores o encuestas la situación en cada destino de cada uno de los elementos sería de una gran utilidad, pero sería muy costoso y en algunas ocasiones imposible por la falta de datos disponibles comparables entre destinos”* (Garau, 2006).

Figura 5. Modelo integrado de la competitividad de destino turístico de Dwyer & Kim



Fuente: Dwyer y Kim (2003), citado por Bravo, 2004.

Además, según los autores sería interesante ponderar los indicadores en función de su grado de importancia para el turismo. Pero tal acción sería complicada, ya que sería necesario un examen muy desglosado de los motivos de viaje de los visitantes de cada destino y supervisión continua de los cambios en sus preferencias.

2.2.4.3. El Monitor de Competitividad del “World Travel and Tourism Council” y el “Índice de Competitividad Turística” de Gooroochurn y Sugiyarto

El World Travel and Tourism Council (WTTC) en colaboración con el Instituto Christel DeHaan Travel Research (TTRI) en la Universidad de Nottingham, han desarrollado el “Monitor de Competitividad (CM)” para turismo con la finalidad de elaborar indicadores de referencia entre países. El Monitor de Competitividad (CM), creado para evaluar el grado de competitividad de más de 200 países, fue puesto en práctica en el 2001 a partir de 65 indicadores de competitividad turística que se resumen en ocho grandes grupos (Pulido y

Sánchez, 2009; Gooroochurn, 2005) (Ver Cuadro 04). La metodología se puede sintetizar en dos etapas. Primero, se seleccionan 23 indicadores y se normalizan según la técnica adoptada por las Naciones Unidas. Después, “se calcula un índice agregado para cada uno de los ocho grupos, que se obtiene como media aritmética de los índices normalizados” (Bravo, 2004).

Tabla 4. Indicadores de competitividad en el monitor del WTTC

INDICADORES			
Competitividad de precios	Índice de precios de hoteles	Índice de paridad de poder de compra (PPP)	
Factor humano	Índice de participación	Índice de impacto turístico	
Desarrollo de infraestructuras	Índice de carreteras	Instalaciones sanitarias	Instalaciones de agua potable
Medio ambiente	Densidad poblacional	Emisiones de CO2	Relaciones de tratados internacionales
Desarrollo tecnológico	Terminales, internet	Líneas telefónicas y móviles	Exportaciones de alta tecnología
Recursos humanos	Índice de educación		
Apertura turística	Visados	Apertura comercial	Tasas de comercio internacional
Desarrollo social	Índice de desarrollo humano	Periódicos, televisores	Ordenadores personales

Fuente: Bravo, 2004.

2.2.4.4. Metodología de CM – Gooroochurn & Sugiyarto

Posteriormente, a partir de la metodología del CM, Gooroochurn y Sugiyarto (2005) elaboran “un indicador sintético de competitividad, obteniendo una media ponderada de cada uno de los ocho indicadores compuestos, donde los pesos se han obtenido utilizando técnicas de análisis factorial” (Bravo, 2004).

Gooroochurn y Sugiyarto creen que no todos los factores repercuten igual en la competitividad del destino turístico (Flores y Barroso, 2009:112). Los pesos, de cero a uno, otorgados a cada uno de los ocho indicadores son los siguientes: Tecnología (0,220), Indicador social (0,217), Recursos humanos (0,153), Precio (0,147), Apertura (0,126), Infraestructura (0,101), Factor humano (0,033) y Medioambiente (0,003) (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005). Tras el cálculo del índice de competitividad, se realiza un ranking con la finalidad de jerarquizar el grado de competitividad turística de los respectivos países (Garau, 2006). Se concluye que los destinos turísticos más competitivos son: Estados Unidos, Suecia, Noruega, Finlandia y Australia. Como menos competitivos destacan: Burkina Faso, Chad, Benín, Etiopía y Camboya.

La aportación de Gooroochurn y Sugiyarto (2005), intenta solventar la ausencia de datos y permite comparar la competitividad de diferentes países. Sin embargo, tal y como menciona Garau (2006), la desventaja principal de este estudio se observa en los resultados. Estos revelan que excepto Estados Unidos, ninguno de los otros países mencionados anteriormente como más competitivos aparecen en el ranking de países más visitados del mundo (según el ranking mundial de los principales destinos turísticos en el mundo, en millones de llegadas de turistas) como Francia, España, China e Italia. Adicionalmente, el peso que se concede a los indicadores puede ser cuestionable (por ejemplo, el indicador con más peso es la Tecnología mientras que el Medioambiente es considerado el factor de menos peso). Otros autores, como Ritchie, Crouch y Mihalic, entre otros, destacan que los recursos naturales y medioambientales son uno de los principales atractivos de un destino. Los indicadores presentados hacen referencia a los aspectos sociales, humanos, económicos y medioambientales. Sin embargo, no reparan en la estructura empresarial de los destinos turísticos, por lo que se desvía del enfoque estructural que considera a la empresa como una parte esencial de la competitividad de los destinos (Flores y Barroso, 2009).

Navickas y Malakauskaite (2009), a partir del Monitor de la Competitividad expuesto anteriormente, modificaron algunos de los indicadores utilizados en este modelo para la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos e

incluyeron indicadores adicionales, con la finalidad de reflejar las condiciones necesarias de un sistema turístico contemporáneo. Por ejemplo, el indicador de competitividad de precios ha sido complementado por los autores con el indicador de precios de restaurantes y los precios de la oferta turística de bienes y servicios (souvenirs, etc.). En cuanto a los indicadores de desarrollo de infraestructuras, los autores proponen mejorar la competitividad de los destinos turísticos mediante la adición de más indicadores relacionados con el transporte: red de ferrocarriles, la calidad del sistema de las telecomunicaciones y aerolíneas. En lo que respecta a la dimensión humana del sector turístico añadieron el indicador de población. Por último, en cuanto a los indicadores de desarrollo social, los autores substituyen el indicador “ordenadores personales” por “número de cafeterías con Internet”.

2.2.4.5. Composición de la competitividad del turismo según Hong

Hong (2009) define la competitividad del turismo como “la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas incluidos los productos de valor añadido y servicios considerados importantes por los turistas”. Según Hong (2009), estas experiencias turísticas sostienen los recursos de un destino y contribuyen a conservar una buena posición en el mercado con respecto a otros competidores. Propone un modelo de análisis de la competitividad de un destino turístico que tiene en cuenta “las ventajas comparativas de Ricardo, incluyendo las condiciones de los recursos naturales (ventajas comparativas exógenas) y el grado de cambio tecnológico (ventajas comparativas endógenas), las ventajas competitivas de Porter, que explican el aumento del comercio entre países con similares dotaciones de factores; la gestión del turismo, ofreciendo una educación de calidad y formación para mejorar las ventajas comparativas y las competitivas; y, por último, las condiciones del entorno, tanto doméstico como global”.

Con su modelo pretende solventar algunas de las debilidades que encuentra en el modelo de Calgary. En primer lugar, el autor matiza que se debería tratar con mayor precisión el orden de los factores y categorías de variables según su importancia. En segundo lugar, afirma que el modelo de Calgary no analiza la interacción entre las ventajas comparativas y competitivas y la competitividad

del turismo. Por último, indica que muchos de los factores presentes en el modelo de Ritchie y Crouch se examinan en términos cualitativos y no cuantitativos (Hong, 2009). El modelo y la metodología propuestos permiten ponderar y jerarquizar la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico (Hong, 2009). Los resultados del estudio establecen que las ventajas comparativas exógenas son el factor más importante (49,18%) para mejorar la competitividad de un destino turístico y, más concretamente, los recursos culturales y naturales. Otros factores importantes son las ventajas competitivas (17,27%), la gestión del turismo (12,01%), las ventajas comparativas endógenas (10,62%) y las condiciones del entorno mundial (6,03%). El factor de menor relevancia son las condiciones del entorno doméstico (4,89%) (Hong, 2009).

2.2.4.6. Modelo De Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer

Este modelo se desarrolla a finales de la década de los noventa, concretamente en 1996. Sus autores proponen un análisis de la competitividad en cuatro niveles:

1. *Nivel Meta de la competitividad.* Hace referencia a los aspectos culturales vinculados al desarrollo, tales como los valores, la tradición, las estructuras sociales, etc. La integración social es indispensable así como la existencia de consenso respecto al modelo de desarrollo a seguir.
2. *Nivel Macro de la competitividad.* Condiciona la eficiencia de las empresas, requiere de las empresas, requiere de estabilidad macroeconómica, punto de partida del modelo.
3. *Nivel Meso de la competitividad.* Corresponde al análisis del entorno empresarial donde las instituciones públicas y privadas promueven la innovación y facilitan las condiciones para su transferencia.
4. *Nivel Micro de la competitividad.* Se analiza el grado de eficiencia, flexibilidad y capacidad innovativa de las empresas.

El carácter sistemático de este modelo requiere del análisis de las recíprocas influencias entre cada uno de los niveles. Un contexto macroeconómico estable, crea condiciones favorables para la competitividad de las empresas,

pero esto requiere también de un entorno innovador que facilite la difusión del conocimiento y la formación de redes. Este objetivo no puede alcanzarse si no existe confianza entre los actores y mecanismos de concentración. A nivel meta, la organización exclusiva en lobbies o la falta de cultura emprendedora también dificulta el proceso de creación de ventajas competitivas. El modelo de competitividad sistemática asigna un papel más relevante a las políticas públicas tanto en el nivel macro como en el nivel meso. El análisis del nivel meta otorga un marco conceptual para incorporar variables culturales en el análisis.

2.2.5. Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura.

Tabla 5. Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura.

MOD	VENTAJAS	INCONVENIENTES
Crouch y Ritchie (1999)	Propone una amplia variedad de indicadores y variables determinantes de competitividad.	Modelo conceptual, basado en conceptos cualitativos de competitividad y relaciones abstractas.
	Establece una categorización inicial de la importancia de los factores.	Se concede la misma ponderación a todos los indicadores
		Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil pero a la vez muy complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.
Dwyer y Kim (2003)	Diferencia entre la base de la competitividad y las condiciones locales del destino.	Faltan variables e indicadores para medir el entorno y los recursos naturales de los destinos.
		Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.

	Propone indicadores cuantitativos (o fuertes) y cualitativos (o suaves) de competitividad turística.	Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil pero a la vez muy complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.
Goorochurn y Sugiyarto (2005)	Se concede diferente peso a cada uno de los indicadores.	Sus resultados no son acordes con la realidad de los destinos.
	Permite comparar la competitividad de diferentes destinos turísticos y elaborar un ranking según su grado de competitividad.	El peso que se les otorga a los indicadores puede ser cuestionable.
Hong (2009)	Utiliza indicadores y variables propuestas por otros autores en sus modelos, lo que aporta fiabilidad.	Los cuestionarios fueron enviados a investigadores académicos con experiencia en la temática y a funcionarios del gobierno que trabajan en turismo. Por lo que sería interesante contrastar el estudio con todos los agentes implicados en el sector turístico para completar la perspectiva.
	Pondera y jerarquiza la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico.	

Fuente: Elaboración propia a partir de Sánchez, 2006:10 y Garau, 2006.

2.2.6. Modelos de emprendimiento y gestión para el desarrollo del TRC

2.2.6.1. Elementos que componen la gestión

1. **Gestión del territorio y sus recursos.** Ordenamiento Territorial y Plan de Manejo de Recursos y Patrimonio
2. **Gestión del desarrollo económico local.** Fortalecimiento de las actividades económicas tradicionales, Promoción Microempresarial, Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos y Conexos.

3. **Gestión del desarrollo social.** Promoción Educativa y Formativa, Promoción del Desarrollo de Infraestructura de Servicios Básicos, Promoción Laboral y del Empleo, Promoción de la Igualdad de Género, Promoción del Liderazgo Juvenil, Fortalecimiento de la organización local.
4. **Gestión de la demanda y la comercialización.** Promoción de Alianzas Comerciales, Promoción de la instalación de medios de comunicación, Promoción del desarrollo de herramientas y canales de promoción y comercialización.

2.2.6.2. Modelos de emprendimiento

1. **Emprendimiento comunitario.** Emprendido, liderado y manejado de manera total por la comunidad.
2. **Emprendimiento mixto.**
 - Emprendimiento comunitario más ONG.
 - Emprendimiento comunitario más empresa privada.
 - Emprendimiento comunitario más ONG más empresa privada.
 - Emprendimiento comunitario más INRENA y/o INC.

Un tercer modelo posible y que nace del emprendimiento privado pero que considera una participación de la población local en su desarrollo es importante a tomar en cuenta siempre y cuando guarde relación con el concepto, objetivos y elementos establecidos en el marco de los presentes lineamientos.

3. **Emprendimiento privado.** Emprendido, liderado y manejado por un privado individual o grupal de la localidad o externo a ella en condiciones responsables para con el territorio y sociedad con la población local.

En cada uno de los modelos de gestión propuestos por el MITINCI, los emprendimientos deberán, preferentemente, partir ó coordinar con los gobiernos locales un trabajo de base considerando la importancia del siguiente elemento: “**gestión pública del desarrollo local:** El Estado (a

través de sus gobierno regionales y locales, en particular de las municipalidades distritales y provinciales) debe ejercer sus competencias en la dotación de bienes públicos básicos, **el ordenamiento del territorio**, la **planificación local** y en la creación del entorno adecuado para el desarrollo de los emprendimientos locales, entre otras funciones relacionadas con el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el marco de su rol de promoción del desarrollo económico local y otros mandatos presentes”.

2.2.7. Condiciones para el desarrollo del turismo rural comunitario

- a. Existencia de elementos, vinculados al medio rural y sus componentes culturales y naturales, capaces de generar un interés en el visitante.
- b. Entendimiento del turismo como una actividad económica complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural; interrelacionada y potencia/dora/da por otras.
- c. Liderazgo, participación, conocimiento e involucramiento, directo e indirecto, de la población local en el desarrollo de la oferta y la operación comercial.
- d. Voluntad de desarrollar turismo y conocimiento pleno de los beneficios y riesgos que esta actividad acarrea por parte de la comunidad.
- e. Previsiones que permitan minimizar riesgos e impactos negativos sobre el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
- f. Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
- g. Existencia de servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, desarrollo de actividades complementarias actuales y/o potenciales, adecuados al contexto local natural y cultural.
- h. Productos basados en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades asociadas a su medio.
- i. Cobertura de las necesidades reales o potenciales de la demanda en el mercado, sin desnaturalizar por ello su identidad y valor intrínseco del emprendimiento y su entorno.
- j. Interés real o potencial de socios –responsables- que contribuyan y/o aporten a la comercialización de los productos y servicios de Turismo

Rural Comunitario y promuevan alianzas con las comunidades en buenos términos de negociación.

2.3. Marco conceptual

El estudio de la competitividad del turismo como una actividad económica tiene un carácter sectorial, aunque por la naturaleza de la actividad turística es difícil establecer el límite entre sector y resto de la economía o el lugar geográfico, por lo cual son apropiados los conceptos de “producto”, “clúster” o “destino”.

Clúster. Un concepto aplicable desde la teoría de competitividad de Porter es el de “clúster” entendido como el conjunto complejo de diferentes elementos que determinan la oferta, que incluye desde los atractivos hasta las políticas institucionales hacia el turismo. Antes “clúster” se entendía como: “... conjunto de lugares de un cierto entorno geográfico, que actúan coordinada y unificadamente en función de las estrategias de mejoramiento de la oferta, en este caso la oferta para el turismo receptivo”, esto debido a que el contexto geográfico permite la definición y manejo de una cadena productiva y de mercadeo, y calidad y tamaño necesarios para ser ofrecidos a operadores internacionales.

Destino turístico. Se puede definir destino turístico como: “Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter íntegro”.

Destino turístico. El producto turístico se fundamenta en el lugar geográfico, que en este caso es el destino turístico que se entiende como “... espacio en el que tiene lugar la confluencia de agentes, iniciativas y experiencias, que acaban moldeando el lugar como atractivo para la atención del consumo deseado por la demanda de orden turístico, una vez se constituye toda una red

de empresas especializadas en diferenciadas parcelas de la satisfacción del ocio, a partir de las cuales toma entidad un espacio como ámbito capaz de suministrar uno o más productos turísticos” (Díaz, 2006).

La competitividad del producto queda sujeta a la del destino turístico o territorio donde se realiza.

Enfoque sectorial del turismo. Está compuesto por empresas o establecimientos, donde no solo puede estar clasificado en el sector servicios puesto que involucra y compete a otras ramas de la economía,-desde la construcción hasta la artesanía. En este sentido, podría clasificarse el sector turismo como “multisector” por lo que involucra a otros sectores.

Gasto del turista. Asimismo, debe destacarse que con el gasto del turista se inicia una cadena de hechos, que por sus efectos trascienden la frontera de lo local, dado que el gasto se puede iniciar en un lugar de origen, de lo sectorial, va más allá de los establecimientos turísticos, y de lo monetario, dado que el disfrute o consumo que proporciona el producto turístico ocasiona impactos en el territorio que van más allá de los ingresos percibidos por sus pobladores. Para estudiar el turismo, no solo es importante ver la cadena de servicios asociada al gasto del turismo, sino también los factores que motivan la realización del viaje, las actividades realizadas en el destino y el efecto de estas sobre la población local, la experiencia del turista en el disfrute del destino, y por tanto su percepción, los impactos ambientales y socio-culturales, en si todos los agentes que intervienen en la actividad turística (Quinteros, et.al, sf).

Gestión. Elemento preponderante en la definición de un emprendimiento rural comunitario. La participación de la comunidad en la gestión y operación de los emprendimientos de Turismo Rural Comunitario deberá estar considerada, pudiendo está ser directa y unitaria (organización asociativa comunitaria) o directa múltiple, en alianza estratégica con otros actores (Gobiernos locales, ONG y Cooperación Internacional, Empresas Privadas, etc.) que cuenten con objetivos afines y/o complementarios (Sánchez, 2004).

La conducta. Sirve para definir la conducta de los actores de la actividad turística tanto en la gestión como en la operación del mismo, vale decir, las organizaciones comunitarias y/o sus socios, los gobiernos locales, los prestadores de servicios y los visitantes. La conducta **responsable** de todos los actores sienta las bases del desarrollo sostenible de los territorios en los que existen emprendimientos de Turismo Rural Comunitario.

La interacción. Sirve para definir el grado de participación e **interacción anfitrión-visitante** en las actividades del medio rural vinculadas al producto. Este grado de interacción y su permisión está definido por la comunidad o miembros de ella y solo le corresponde al anfitrión dicha decisión.

La temática. Sirve para identificar el componente principal del producto ofertado, en el Perú y luego del análisis del perfil del turista rural comunitario, de las características y compatibilidad oferta-demanda contamos con dos elementos potentes: **Cultura Viva y Naturaleza**, los cuales a su vez cuentan con sub temáticas que son complementarias y nutren al producto.

Territorio. Es el entorno en el que se mueve el sector, lo cual se aplica a *clúster* para incorporar a los actores relacionados con la oferta.

Valor de la experiencia. Elemento que es determinado por la demanda, por la compatibilidad entre la expectativa del visitante y el producto ofrecido. Este valor hará que a medida que se vayan encontrando la expectativa del visitante y la realidad del producto, surja de manera espontánea aquello a lo que se denomina “**Vivencial**”, que está nutrido por la diversidad de elementos culturales y naturales auténticos, así como lo genuino de la experiencia del visitante.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

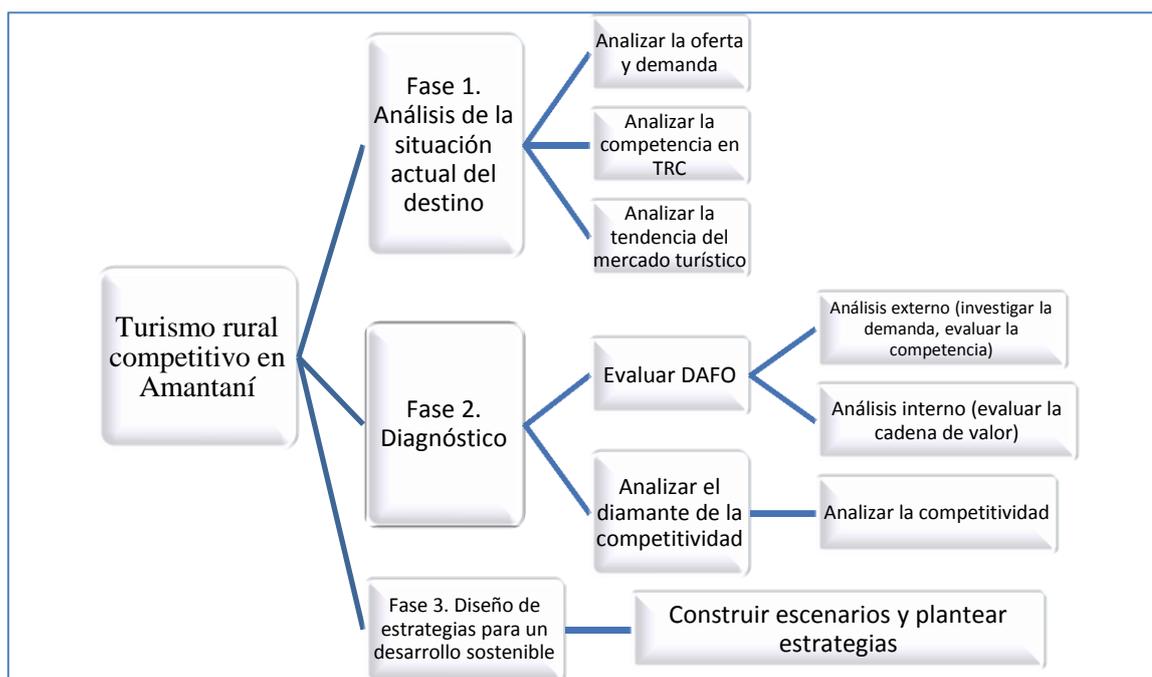
3.2. Tipo y diseño de investigación

Por la naturaleza del problema, el trabajo de investigación es de tipo descriptivo, explicativo y analítico. Asimismo, la metodología que se presenta organiza un grupo de herramientas de diagnóstico, que permiten determinar cuál es la situación actual del destino turístico, para elaborar las proyecciones estratégicas de su desarrollo futuro. Asimismo, las fases de la metodología de investigación comprenden las siguientes tareas que quedan integradas en el siguiente mapa conceptual que permita evaluar el TRC en Amantani, las cuales se pueden observar y analizar lo siguiente (Ver gráfico 06):

Fase 1. El análisis de la situación turística existente, una fase en la que se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado, por lo que contiene los siguientes puntos:

1. Analizar la cartera de productos actual y sus canales de comercialización
2. Analizar la demanda y oferta actual del destino
3. Analizar los competidores del destino para los diferentes productos/mercado existentes

Figura 6. Proceso de realización de la investigación.



Fuente: Elaboración propia

Fase 2. Realizar un diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades del TRC de la zona.

1. Realizar el Análisis Interno de las Fortalezas y Debilidades del destino
2. Realizar en Análisis Externo de las Amenazas y Oportunidades que ofrece el entorno
3. Elaborar la matriz DAFO para el destino
4. Realizar el análisis DAFO evaluando las opciones estratégicas que darían las diferentes combinaciones de Fortalezas y Oportunidades para contrarrestar Amenazas y Debilidades
5. Evaluar el impacto de las cinco fuerzas competitivas según el análisis de competitividad de Porter.

Fase 3. Recomendar políticas públicas y elaborar la estrategia de desarrollo para el mediano plazo del destino turístico.

1. Elaborar los posibles escenarios de crecimiento y posicionamiento. Se trata de aplicar técnicas prospectivas que permitan la simulación de diferentes escenarios de desarrollo futuro.

2. Proponer estrategias competitivas.

3.3. Descripción del área de investigación

La isla de Amantani está situado entre los paralelos de 15° 39' 07" de latitud sur y 69° 42' 48" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Se encuentra entre 3810 y 4050 m.s.n.m.

Figura 7. Mapa de la ubicación de la Isla Amantani – Puno

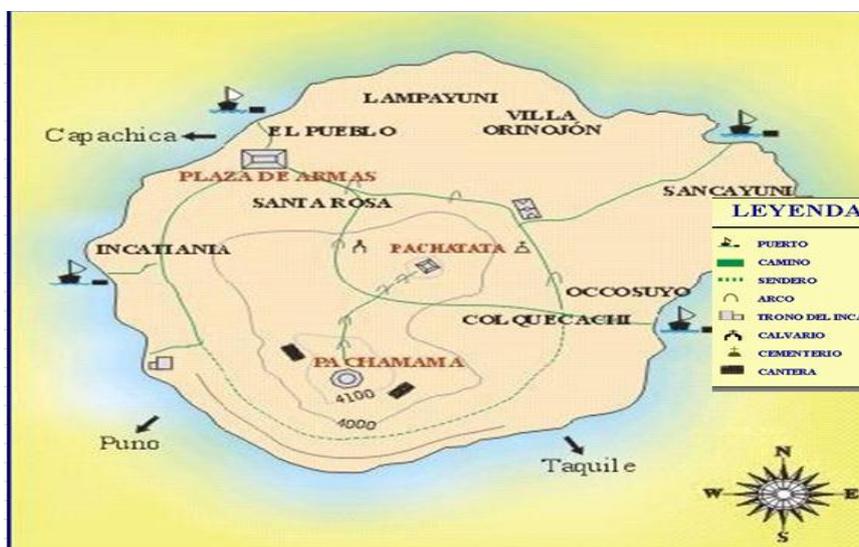


Fuente: www.titicacaperu.com/es/mapa-titicaca.html

La isla de Amantani pertenece al distrito del mismo nombre en la Región de Puno, se encuentra al este de la península de Capachica, al norte de la isla de Taquile, en el lago Titicaca. Es de forma casi circular con un diámetro promedio de 3.4 km, alcanza una superficie de 9,28 km², la altura máxima de la isla es de 4150 msnm del monte Llacastiti (320 m sobre el nivel del lago). Por su ubicación geográfica en pleno lago Titicaca tiene un clima templado y seco durante el día y frígido en las noches, su temperatura anual promedio es de 11° C y se encuentra a 38 km del puerto lacustre de Puno. La isla Amantani cuenta con cuatro suyos: Oca suyo, Papa suyo, Cebada suyo y el Haba suyo; y nueve comunidades, El pueblo (también llamado Central), Santa Rosa, Lampayuni, Incatiana, Villa Orinojon, Occosuyo, Colquicache y Comunidad de Sancayuni y Alto Sancayunij; su población es de 4234 habitantes (800 familias) y con una

densidad de 282 habitantes/km²(Ver cuadro 07).

Figura 8. Comunidades de Amantaní



Fuente: www.google.com

Su principal medio de subsistencia es la actividad agrícola; producen papas, ocas, cebada y habas; en la actividad pecuaria sobresalen los bovinos y vacunos; su actividad textil es semejante a la de Taquile, tanto en variedad como en diseño. Debido a la existencia de roca granítica en el cerro Llacastiti se ha desarrollado una actividad de corte y tallado de utensilios para el uso cotidiano y para elementos decorativos en la construcción, asimismo, desarrollaron el turismo rural como una actividad complementaria que va tomando importancia en el territorio insular.

Tabla 6. División Política y Población, 2007

DISTRITOS	Altitud (m.s.n.m.)	Superficie (km ²)	Población	Densidad Pob. (hab / km ²)
PUNO		66.997,12	1.274.411	19,02
Puno		6.494,76	234.761	36,15
Puno	3.827	460,75	129.178	280,36
Amantaní	3.817	15,00	4.234	282,27
Capachica	3.860	117,06	11.643	99,46
Chucuito	3.871	121,18	7.933	65,46

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 1/ Resultados del CENSO de Población y Vivienda 2007

a. Características sociales, económicas y demográficas de Amantaní

En la isla Amantaní existe un centro de salud y tres centros educativos estatales, un colegio agroindustrial y un centro educativo no estatal. Su idioma es el quechua (lengua oficial) y el castellano, asimismo, la isla es de gran importancia social, étnica arqueológica y paisajística, con una cultura milenaria, expresadas en tradiciones, identidad y costumbres que los hacen singulares, cuenta con templos ceremoniales arqueológicos como el Pachatata y el Pachamama, los pobladores aun mantienen costumbres del patrimonio cultural, música danzas autóctonas y típicas; su economía es diversificada, esta constituida por la actividad agrícola con siembras en andenerías, su ganadería es pobre, en artesanía destaca la cerámica, textilería en fibra de alpaca, trabajo en piedras y cestería (hechos de paja). *“El paisaje coloca a Amantaní en una posición privilegiada frente a otras alternativas como la isla Taquile, Anapia y las penínsulas de Capachica y Chucuito, que también ofrecen productos y atractivos similares”*, dada las ventajas comparativas que poseen más que competitivas, en la actualidad este destino turístico tiene gran demanda a nivel mundial, considerado como producto turístico ecológico y/o rural.

b. Niveles de vida de Amantaní

Según el informe de desarrollo humano de la PNUD (2000), considera al distrito de Puno como pobre regular, 12 distritos como pobres, al distrito de Tiquillaca como muy pobre, y finalmente a Amantaní como pobre extremo, por lo que a la fecha no ha cambiado, puesto que aún sigue manteniendo este indicador sin variación alguna, por tanto, la calidad de vida de sus habitantes es bajo.

Tabla 7. Niveles de vida según distritos de la Provincia de Puno, 2000

PROVINCIA	NIVELES DE VIDA DE LOS DISTRITOS				
	Pobres extremos	Muy pobres	Pobres	Regular	Aceptable
Puno	<u>Amantani</u>	Tiquillaca	Coata, Huata, Vilque, Acora, Atuncolla, Capachica, Mañazo, Paucarcolla, San Antonio, Platería, Chucuito y Pichacani	Puno	
Total (15)	1	1	12	1	0

Fuente: PNUD - Informe sobre el desarrollo humano - Perú, 2000

La población de Amantani está conformado por 4255 habitantes según el CENSO de Población y Vivienda del 2007, asimismo, según el mapa de pobreza 2007, Amantani se encuentra en el puesto 15 con un indicador de pobreza de 93,8% del total poblacional, de los cuales el 55% está considerado como pobre extremo y el 38,8% pobre no extremo; únicamente, el 6,2% de la población se considera como no pobre (Ver cuadro 09).

Tabla 8. Población y condición de pobreza según distritos de la provincia de Puno, 2007

DISTRITOS	POBLACION	POBRE (%)			NO POBRE (%)	RANKING DE POBREZA
		TOTAL (%)	EXTREMO (%)	NO EXTREMO (%)		
Amantani	4255	93,8	55,0	38,8	6,2	15
Puno	128773	26,4	2,8	23,6	73,6	1621
TOTAL	234910	51,6	16,6	35,0	48,4	

Fuente: Mapa de pobreza Provincial y Distrital, 2007

4.2.3 Población por sexo y zona

Según el Cuadro 10, la población de Amantani al 2007 estaba compuesta por 2,026 varones y 2,229 mujeres que representan el 47,6% y 52,4% respectivamente. Asimismo, la población de 1 a 14 años, de 15 a 29 años, de 30 a 44 años, de 45 a 59 años y más de 60 años representa el 17,5%; 9,4%, 8,3%, 6,5% y 5,8% respectivamente. A su vez, la mayor parte de la población se encuentra en la zona rural que representa el 91% (3856 habitantes) frente a la zona urbana que es 9% (399 habitantes).

Tabla 9. Población total, por área urbana y rural, edad y sexo del distrito de Amantani

DISTRITO Y EDADES SIMPLES	TOTAL	Población		Total	Urbana		Total	Rural	
		Hombres	Mujeres		Hombr	Muje		Homb	Muje
Distrito AMANTANI	4255	2026	2229	399	190	209	3856	1836	2020
De 1 a 14 años	1401	747	654	135	74	61	1266	673	593
De 15 a 29 años	986	402	584	81	27	54	905	375	530
De 30 a 44 años	766	356	410	66	37	29	700	319	381
De 45 a 59 años	590	276	314	62	27	35	528	249	279
60 a más años	512	245	267	55	25	30	457	220	237

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

4.2.4 Niveles de educación de Amantani

En el Cuadro 11 se observa que el nivel alcanzado por los habitantes del distrito de Amantani de un total de 4004 habitantes es: el 20,8% (833) no tiene ningún nivel alcanzado, 2,8% (112) tiene educación inicial, 50,9% (2037) tiene primaria completa, 21,5% (859) tiene secundaria completa, el 1% (42) tiene superior no universitaria, y el 3% (120) tiene estudios superiores universitarios. Por tanto, del total de la población 52,8% (2113) son mujeres y 47,2% (1891) son varones. Asimismo, del 20,8% de población sin nivel, el 14,9% y 5,9% corresponde a mujeres y varones respectivamente; del 2,8% con educación inicial, el 1,3% y 1,2% corresponde a mujeres y varones respectivamente; del 50,9% que tiene primaria el 25,7% y 25,1% corresponde a mujeres y varones respectivamente; y del 21,5% que tiene estudios secundarios el 9,4% y 12,1% corresponde a mujeres y varones respectivamente.

Tabla 10. Población de Amantani según nivel educativo alcanzado según sexo

NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO ^{1/}	POBLACIÓN					
	TOTAL	%	Hombres	%	Mujeres	%
Distrito AMANTANI	4004	100%	1891	47,2%	2113	52,8%
Sin nivel	833	20,8%	238	5,9%	595	14,9%

Educación inicial	112	2,8%	59	1,5%	53	1,3%
Primaria	2037	50,9%	1007	25,1%	1030	25,7%
Secundaria	859	21,5%	483	12,1%	376	9,4%
Superior no univ. incompleto	24	0,6%	14	0,3%	10	0,2%
Superior no univ. Completo	18	0,4%	11	0,3%	7	0,2%
Superior univ. Incompleto	57	1,4%	37	0,9%	20	0,5%
Superior univ. Completo	64	1,6%	42	1,0%	22	0,5%

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

1/ Población de 3 años a más.

Tabla 11. Población de 6 y más años de edad, por nivel educativo alcanzado, según departamento, provincia, distrito, área urbana y rural, sexo y condición de actividad

Distrito, sexo y condición de actividad	TOTAL	NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO						
		Sin nivel	Educación inicial	Primaria	Secundaria	Sup. No univ.	Sup. Univ. Incomp	Sup. Univ. Comp
Distrito AMANTANI	3734	626	49	2037	859	42	57	64
Hombres	1755	135	26	1007	483	25	37	42
Mujeres	1979	491	23	1030	376	17	20	22
PEA	2021	307	2	1161	512	20	7	12
Hombres	1033	77		617	311	12	6	10
Mujeres	988	230	2	544	201	8	1	2
Ocupada	1984	306	2	1146	492	20	7	11
Hombres	1002	76		604	295	12	6	9
Mujeres	982	230	2	542	197	8	1	2
Desocupada	37	1		15	20			1
Hombres	31	1		13	16			1
Mujeres	6			2	4			
No PEA	1713	319	47	876	347	22	50	52
Hombres	722	58	26	390	172	13	31	32
Mujeres	991	261	21	486	175	9	19	20

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

4.2.5 Nivel educativo alcanzado y PEA ocupada y desocupada de Amantaní

Según el Cuadro 12 del total de la población 100% (3734 habitantes); el 54,12% (2021 habitantes) corresponde a la población económicamente activa (PEA) y 45,87% (1713 habitantes) corresponden a la población económicamente no activa (No PEA). A su vez, del total de la PEA el 51,1% (1033) corresponde a varones; de los cuales el 97% (1002) están ocupados y el 3% restante (31) están desocupados; de la misma manera, el 48,9% (988) restante del PEA corresponde a las mujeres, de los cuales el 99,4% (982) están ocupados y el 0,6% (6) están desocupadas.

4.2.6 Tipo de vivienda de la isla Amantaní

En Amantaní, según el Cuadro 13 existen 1490 viviendas, de las cuales 99,3% (1479 viviendas) son casas independientes y el 0,7% (11 viviendas) vive en cabañas o chozas. Asimismo, el 11,9% (177) de viviendas se encuentra en la zona urbana y el 88,1% (1313) de viviendas se encuentra en la zona rural.

Tabla 12. Viviendas particulares de Amantaní según área urbana-rural y tipo de vivienda

DISTRITO, ÁREA URBANA Y RURAL, Y TIPO DE VIVIENDA	TOTAL	CONDICIÓN DE OCUPACIÓN	
		Ocupada	Desocupada
		Total	Total
Distrito AMANTANI	1490	1377	113
Casa independiente	1479	1371	108
Choza o cabaña	11	6	5
URBANA	177	151	26
Casa independiente	177	151	26
RURAL	1313	1226	87
Casa independiente	1302	1220	82
Choza o cabaña	11	6	5

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

4.2.7 Artefactos que poseen los hogares de Amantaní

En Amantaní existen 1100 hogares que está compuesto por 4129 habitantes ocupantes, de los cuales 114 hogares corresponden a la zona urbana y 986

hogares corresponde a la zona rural. Los hogares que cuentan con radio, televisión a color y equipo de sonido son 581, 49 y 6 hogares respectivamente, asimismo cabe destacar que en su mayoría quienes poseen estos artefactos son pobladores de la zona rural. Es notorio también, que 510 hogares no cuentan con ningún artefacto u equipo doméstico o electrodoméstico.

Tabla 13. Hogares que poseen variedad de artefactos y equipos, según área urbana y rural de Amantani

DISTRITO Y TIPO DE VIVIENDA	POBLACION			ARTEFACTOS Y EQUIPOS QUE POSEE EL HOGAR									
				RADIO			TELEVISOR A COLOR			EQUIPO	NINGUNO		
	Total	Urb	Rural	Total	Urb	Rural	Total	Urba	Rural	Rural	Total	Urb	Rur
AMANTANI													
Hogares	1100	114	986	581	86	495	49	4	45	6	510	27	483
Ocupantes	4129	399	3730	2226	314	1912	208	16	192	24	1865	81	1784
Casa indep													
Hogares	1099	114	985	580	86	494	49	4	45	6	510	27	483
Ocupantes	4125	399	3726	2222	314	1908	208	16	192	24	1865	81	1784
Choza/cabaña			0										
Hogares	1		1	1									
Ocupantes	4		4	4									

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

4.2.8 Índice de desarrollo humano – IDH en Amantani

Este índice se basó según el PNUD en cuatro variables como la esperanza de vida, alfabetismo, niveles de escolaridad y el ingreso familiar. Por lo que, en la isla Amantani se tiene que la esperanza de vida es de 59 años, la tasa de alfabetismo es de 74,8%, niveles de escolaridad del 74% y, finalmente, el nivel de ingreso familiar per-cápita por mes es de S/.227,2 nuevos soles. Por lo que tiene un calificativo de bajo, y esto implica también la razón de ser considerado un distrito en extrema pobreza.

Tabla 14. Índice de desarrollo humano de Amantani - Puno, 2005

AMBITO	Población	Índice de Desarrollo Humano (IDH)	Esperanza de vida al nacer	Alfabetismo (%)	Escolaridad (%)	Ingreso familiar per cápita (S./mes)
PUNO	123906	0,5952	67,7	95,1	93,4	300,2
AMANTANÍ	4255	0,4699	59,2	74,8	74,1	227,2
PROV. PUNO	222897	0,5621	65,7	89,1	90,0	271,2
DPTO. PUNO	1245508	0,5468	65,1	87,4	86,3	244,1

Fuente: Informe sobre Desarrollo Humano /Perú 2006. IDH, PNUD - 2005

4.2.9 Población por grupos de edad en Amantani

Como puede observarse en el Cuadro 16, la población mayor a 6 años es de 3734 habitantes, de los cuales 1755 son varones y 1979 son mujeres. A su vez, la población de 6 a 14 años es de 880, de 15 a 29 años es de 986, de 30 a 44 años es de 766, de 45 a más años es de 1102 habitantes.

Tabla 15. Población de Amantani por grupos de edad y según sexo

	TOTAL	GRANDES GRUPOS DE EDAD				
		6 a 14 Años	15 a 29 Años	30 a 44 Años	45 a 64 Años	65 a más Años
Distrito AMANTANI	3734	880	986	766	705	397
Hombres	1755	476	402	356	328	193
Mujeres	1979	404	584	410	377	204

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

4.2.10 Categoría de ocupación de los habitantes de Amantani

Según el Cuadro 17, la categoría de ocupación que encabeza en la isla Amantani es que existe la categoría de trabajador independiente con 1091 personas, trabajador no remunerado de 639 personas, obrero con 101 personas, empleado con 73 personas y otros con 42 personas. Asimismo, cabe resaltar que la población mayormente ocupada son los hombres.

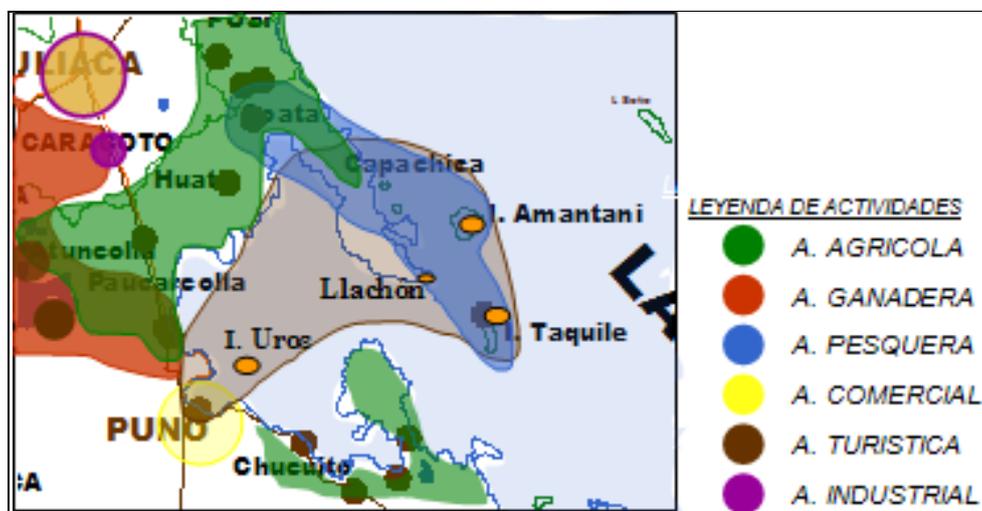
Tabla 16. Población ocupada de 14 y más años de edad, por categoría de ocupación según área y sexo en Amantani

	TOTAL	CATEGORIA DE OCUPACION					
		Emplea do	Obrero	Trab. indepen diente	Emplea dor o patrono	Trabajador familiar no remunerado	Trab. Del hogar
Distrito AMANTANI	1946	73	101	1091	21	639	21
Hombres	982	41	75	548	15	303	
Mujeres	964	32	26	543	6	336	21
URBANA	150	15	4	82	2	45	2
Hombres	79	12	2	38	2	25	
Mujeres	71	3	2	44		20	2
RURAL	1796	58	97	1009	19	594	19
Hombres	903	29	73	510	13	278	
Mujeres	893	29	24	499	6	316	19

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

4.2.11 Actividades económicas principales de Amantani

Figura 9. Principales actividades económicas de zonas que ofertan TRC



Fuente: Flores (2005)

Como puede observarse en la gráfica 09, muestra las principales actividades económicas de las comunidades que ofertan TRC con la actividad agrícola,

ganadera, pesquera, comercial, turística e industrial. Por lo que en la isla Amantani la pesca y turismo son las principales según la leyenda.

Tabla 17. PEA por ocupación principal según área urbana-rural y sexo

RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA	Total	SEXO		AREA	
		Hombre	Mujer	Urbana	Rural
Distrito AMANTANI	1983	1013	970	153	1830
Agric., ganadería, caza y silvicultura	880	522	358	70	810
Pesca	35	35	0	0	35
Industrias manufactureras	767	282	485	38	729
Construcción	26	24	2	3	23
Comerc., rep. veh. autom., motoc efect.	33	8	25	6	27
Comercio al por mayor	1	1	25	6	1
Comercio al por menor	32	7	0	0	26
Hoteles y restaurantes	57	19	38	3	54
Trans., almac. y comunicaciones	54	48	6	6	48
Admin.pub. y defensa; p. segur.soc.afil	28	23	5	8	20
Enseñanza	11	5	6	4	7
Servicios sociales y de salud	5	5	0	2	3
Otras activ. serv.comun.soc y personal	6	5	1	0	6
Hogares privados con servicio domést	21	0	21	2	19
Actividad económica no especificada	21	5	16	8	13
Desocupado	37	31	6	3	34

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

Sin embargo, en el cuadro 18, la PEA compuesta indica que las principales actividades en la isla son: ganadería y agricultura (880 personas), industria manufacturera (767 personas), Hoteles y restaurantes (57 personas), pesca (35 personas), construcción /26 personas), entre otras.

4.2.12 Salud

Tabla 18. Población de Amantani según afiliación a algún tipo de seguro de salud por área urbana - rural y sexo

DISTRITO, AREA URBANA Y RURAL, Y SEXO	TOTAL	AFILIADO A ALGÚN SEGURO DE SALUD			
		SIS (SEGURO INTEGRAL DE ESSALUD)	ESSALUD	OTRO SEGURO DE SALUD	NINGUNO
Distrito AMANTANI	3160	248	24	101	2787
Hombres	1439	106	15	55	1263
Mujeres	1721	142	9	46	1524
URBANA	295	48	6	2	239
Hombres	132	22	1	1	108
Mujeres	163	26	5	1	131
RURAL	2865	200	18	99	2548

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

Finalmente, en términos de salud en Amantani del total de la población (3160) asegurada o afiliada en un seguro de salud, esto es preocupante, dado que 2787 personas no cuenta con ningún tipo de seguro, por lo que más del 50% está expuesto a alguna enfermedad donde no tiene mas que sus propios medios y medicina natural que acudir para curarse.

3.3. Población

La población de estudio corresponde a la totalidad de habitantes del distrito de Amantani, donde la población asciende a 4255 habitantes, de los cuales se ha identificado que 381 familias ofertan el turismo rural en sus comunidades de la isla.

Tabla 19. Comunidades y número de familias que se dedican al TRC en Amantani

Comunidad	Número de Familias
Pueblo	62
Lampayuni	44
Santa Rosa	27

Incatiana	25
Villa Orinojon	18
Com. de Sancayuni	38
Alto Sancayuni	35
Occosuyo	64
Colquicache	74
Total	387

Fuente: Elaboración propia

3.4. Muestra

Dado que la investigación tiene un enfoque de análisis de la situación actual competitiva en Amantani, para el análisis de la demanda (condiciones) se ha estimado una muestra probabilística aleatoria simple, con un total de 70 encuestas piloto, por lo que se tiene la siguiente fórmula:

$$4. \quad n = \frac{pqz^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

$$5. \quad n = \frac{(0.5)(0.5)(1.64)^2 (219)}{(0.05)^2 (219 - 1) + (1.92)^2 (0.5)(0.5)} = 70,24 \approx 70$$

Variables de la fórmula de tamaño de la muestra:

n ₀	Tamaño de la muestra sin ajuste
n	Tamaño de la muestra efectiva mínima
N	Población total (Nro. de hogares)
p	Probabilidad de ocurrencia del evento (Si hay impacto del turismo en su hogar)
q	Probabilidad de no ocurrencia del evento (No hay impacto con la actividad turística)
Z	Nivel de confianza (distribución normal 95%; z=1.96)
E	Nivel o término de error (5%)

Asimismo, se ha trabajado con información secundaria proporcionado por la DIRCETUR - Puno y estudios de PROMPERU referidos al perfil del turista extranjero por el turismo rural comunitario, información desde 1998 al 2011.

3.5. Instrumentos de recolección de datos

La investigación ha considerado cuatro fases para la recolección y sistematización de información, con respecto al turismo que se desempeña en la isla Amantaní, las cuales son:

Primera fase: Se ha dado una revisión bibliográfica y documental exhaustiva relacionada al turismo rural y su competitividad en el ámbito internacional, nacional y local, asimismo, se revisó diversas investigaciones con enfoques teóricos (modelos de competitividad de destinos turísticos) del sector turismo, y con enfoques de desarrollo rural.

Segunda fase: Asimismo, se ha buscado información relacionada al TRC en Amantaní desde los 80's, estudios de tesis de pregrado, sin embargo, cada uno de ellos tiene enfoques de descripción de los atractivos del lugar, sin valor agregado, por lo que se ha considerado importante rescatar la información para analizar la evolución y situación actual de la oferta de turismo rural en las comunidades de Amantaní.

Tercera fase: Se aplicó una encuesta piloto para analizar las condiciones de demanda de turistas para hacer un contraste entre la oferta y demanda. Esto se realizó con un muestreo aleatorio simple, y se capturo la percepción de los turistas en cuanto a los factores que creen determinantes para el desarrollo de turismo rural en la zona.

Cuarta fase: Se procesó, seleccionó y analizó la información recolectada en forma cualitativa y cuantitativa, asimismo, se cotejó con la información cuantitativa obtenida a través de la DIRCETUR - Puno y con la información secundaria obtenida en el INEI, Municipalidad Provincial de Puno, Agencias de viaje, Capitanía de puerto, entre otras.

Asimismo, la investigación aplicada en el presente documento se basó en la utilización de fuente primaria y secundaria.

a) Fuentes primarias

- Observación directa
- Encuestas y entrevistas a las familias prestadoras de servicios turísticos de la isla Amantaní, agencias de viaje y guías de turismo.

b) Fuentes secundarias

- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo DIRCETUR - Puno
- Cámara Regional de Turismo CARETUR
- Asociación de Guías Oficiales de Turismo AGOTUR
- Capitanía del Puerto
- Biblioteca de la Facultad de Ingeniería Económica
- Biblioteca de la Carrera Profesional de Turismo
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI
- Internet

3.6. Técnicas de análisis de datos

Los instrumentos utilizados para el análisis de la investigación fueron los paquetes estadísticos de EXCEL y EVIEWS 4.1. Por lo que las estadísticas descriptivas generales se obtuvieron en Excel, y las estimaciones de la influencia del turismo en las comunidades de Amantaní fueron estimados a través de regresiones lineales.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

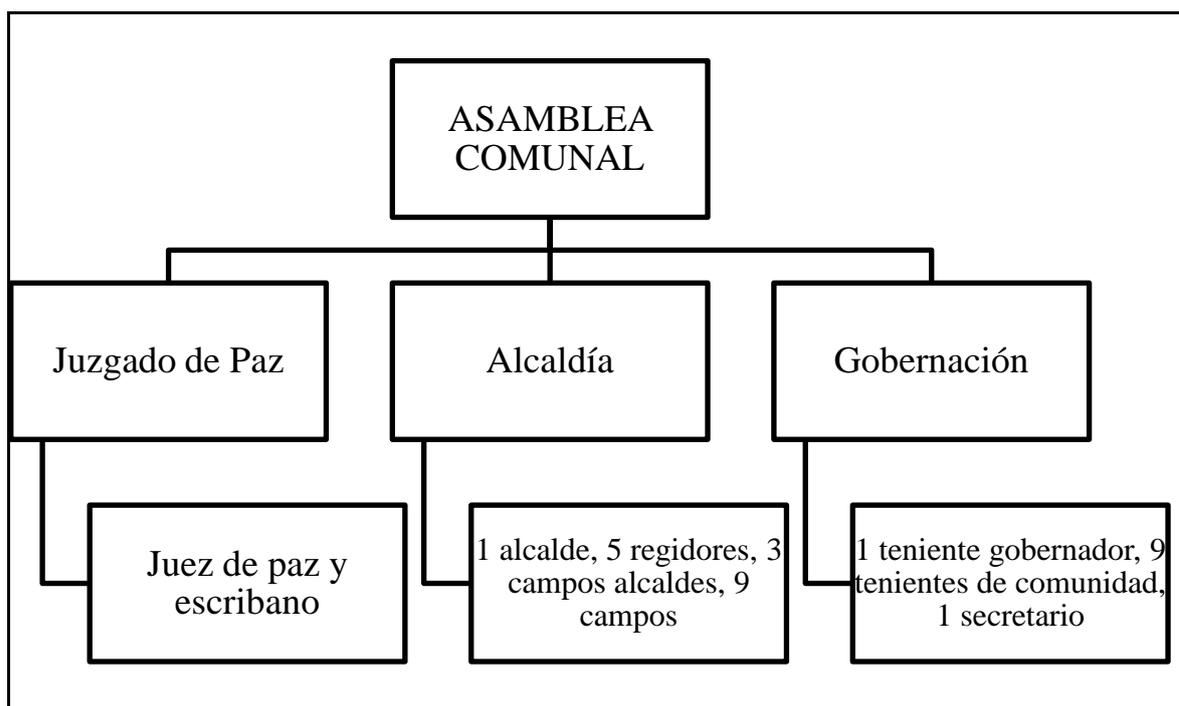
4.1. Análisis de la situación actual del destino turístico de Amantaní en cuanto a la oferta, demanda, competencia y tendencias del mercado

4.1.1. Estructura orgánica de la isla Amantaní

Para un mejor entendimiento de los servicios generales del turismo rural en Amantaní se tiene los siguientes niveles de organización: primero, el relacionado con las actividades agropecuarias, dentro de su economía tradicional, y, la segunda relacionada con la actividad turística. Asimismo, la estructura organizacional vigente en la isla Amantaní está representada en el gráfico 10, donde se observa que las autoridades son elegidas democráticamente por la comunidad; y algunas autoridades como el juez de paz y el sargento de playa, son designadas por autoridades competentes de Puno (Flores, 2005).

La comunidad de Amantaní tiene una organización tradicional, que cumple una función netamente agrícola donde aun mantienen características de cosmovisión andina; el espacio de tierra que utilizan para el cultivo se divide en 4 suyos: Oca suyo, Haba suyo, Cebada suyo y el Papa suyo, y los cultivos se realizan de acuerdo al calendario agrícola, estas tierras están destinadas para el cultivo de papa, oca, hizaño, cebada, quinua y habas respectivamente y oscilan entre 300m² a 500m², los encargados del control y funcionamiento del calendario agrícola son los 3 campos alcaldes y 9 campos.

Figura 10. Estructura organizacional de la isla Amantani - Puno



Fuente: Flores (2005).

En cuanto a la producción pecuaria, los pobladores se dedican a la crianza de ovinos, porcino y en último lugar a vacunos, dentro de los animales menores se tiene a los cuyes y aves; los pobladores manifestaron que por falta de espacio de tierra y alimento, es que no se desarrolla esta actividad. Asimismo, los pobladores de la isla adquieren estos animales en la ciudad de Puno y de la península de Capachica, por lo que el número promedio de animales se detalla en el cuadros 20. En cuanto a la actividad de pesca, los pobladores manifestaron que se realiza en épocas de lluvia, entre enero-marzo, esta pesca es de tipo artesanal y se realiza en pequeña escala, con botes de madera que normalmente tienen vela, los peces extraídos más representativos son carachi, ispi y en menor escala la trucha. Las actividades que se desarrollan en esta isla son netamente para autoconsumo, con un sistema de intercambio o trueque entre las comunidades.

Tabla 20. Promedio de cabezas de animales mayores y menores por hogar en Amantaní

Descripción	Unidades promedio	Nro. de hogares prom.	Unidades Totales
Cabezas de animales mayores			
Ovino	20	616	12320
Porcino	2	616	1232
Vacuno	1	616	616
Cabezas de animales menores			
Aves	2	616	1232
Cuyes	7	616	4312

Fuente: Elaboración propia basada en información de Flores (2005)

5.1.2 Funcionamiento y organización en materia de turismo

Las familias de la isla Amantaní presentan una organización de tipo comunal, con una cultura de autoconsumo, donde el éxito y grado de organización de estas familias es diferente en cada comunidad, factor determinante para la gestión y rentabilidad económica. En Amantaní, las nueve comunidades se dedican a la prestación de servicios turísticos de hospedaje y alimentación, a continuación se agrupa a las 9 comunidades en tres sectores de acuerdo a las características que tienen en común la prestación de servicios:

Sector A: Occosuyo, Colquicache.

Sector B: Alto Sancayuni, Comunidad de Sancayuni, el Pueblo y Lampayuni.

Sector C: Santa Rosa, Incatiana, Villa Orinojon

5.1.3 Análisis de la oferta turística rural en Amantaní

En primera instancia Amantaní está considerado como destino turístico rural como se muestra en el anexo 03, y asimismo, se rige bajo un enfoque de TRC donde sus principales actividades que se desarrollan en la isla son: Interacción con la comunidad, artesanías, atractivos y medio ambiente, agroturismo (agricultura y ganadería), biodiversidad, costumbres, folklore, cultura, entretenimientos (Ver anexo 04). Sin embargo, para un adecuado desarrollo se

dividirá en tres componentes: a) Atractivos turísticos, b) Infraestructura de soporte, y, c) Servicios generales.

A. Atractivos turísticos

Según este modelo, dentro de los atractivos turísticos está el patrimonio arqueológico, rural, urbano, cultural, natural y playas. Sin embargo, en el caso de turismo rural se tiene los siguientes en la isla Amantaní:

- **Coanos Ayllu Cancha (Pachatata)**

Es el segundo punto más importante de la isla Amantaní, se conoce como Coanos (Pukina) tiene el significado de coa o serpiente. Representa al sexo masculino y este centro ceremonial es de forma cuadrada, tiene dos puertas.

De acceso al este y oeste, en medio del templo Coanos, que tiene una bóveda subterránea, allí se guardan los utensilios para realizar el pago a la madre tierra (vasos, platos, conchas, etc.) y es abierto solo por el paq'o (sacerdote encargado de realizar el ritual) que se realiza el tercer jueves del mes de enero, con el fin de agradecer y obtener una buena cosecha en la isla. Cuentan los abuelos que antes en la isla muchos hombres perdieron su vida y desaparecieron, entonces recurrieron al Yatiri el que hecho la suerte con coca y esta le dijo que para frenar estos males deberían realizar un pago ritual con humano, decorando una mujer como una flor viva, (con flores en la blusa y el chuco manta para cubrir la cabeza) y el hombre portaba su látigo de protección contra los malos espíritus, la mujer se dirigió a Llaquistiti y el hombre a Coanos de los que nunca más se supo pero este acto hizo que desde ese momento existiera vida en Amantaní; en la actualidad solo se utiliza feto de llama (según Paqo Comunidad Pueblo 2006). Los visitantes llegan hasta Pachatata para apreciar la puesta del sol y tomar el aire fresco a más de 4000 msnm.

- **Llaquistiti (Pachamama)**

Llaquistiti Pata, llamado también como Pachamama, es un recinto en la cima del cerro Llaquistiti, rodeado por un muro de piedras de forma octagonal, casi circular, con un diámetro de 13 m. es el punto más alto de Amantaní a 320 m del lago, de ahí se aprecia el inmenso lago y las Cordilleras de Illampu-Bolivia y Carabaya, asimismo, tiene una puerta de acceso dirigida hacia el este,

coincidiendo con la salida del sol en el mes de enero. El espacio interior es cóncavo o hundido, por desniveles circulares, con una cámara para guardar ofrendas bajo un túmulo de piedras en el lado sureste; y un pozo en el centro donde se quema la ofrenda especial. En el sureste se tienen asientos y una piedra para preparar la ofrenda. Este recinto por su forma y función, ya que actualmente se realizan ceremonias, debe ser de la época Pukara, es decir 200 años antes de Cristo. En el trayecto de Llaquistiti a Coanos, se observan algunas piedras talladas cerca de unas tumbas, en el sitio denominado Mayurin Pata; pero más interesante resultan ser los andenes que están formados por una fila de tumbas. Este conjunto o necrópolis, ubicada en una hondonada formada por terrazas amplias, se le conoce como Cari Cancha, correspondiendo a los habitantes de períodos anteriores a los Inkas, no habiendo sido estudiadas aún.

- **Chuñuna Pampa**

Chuñuna Pampa es un lugar entre ambos cerros principales, que es ocupado anualmente para la actividad de deshidratar las papas, mediante las fuertes heladas y el sol resplandeciente de junio. Allí están los muros antiquísimos de viviendas, los que son techados para cobijar a quienes realizan la labor de elaborar el Chuño.

- **Inkatiana**

En una playa, el oeste de la isla, hay una roca que aflora en la superficie y que ha sido tallada en la época Inca, mostrando dos superficies planas y unas prominencias, es denominada Inkatiana, es decir “El asiento del Inka”. Este monumento mide 1.65 por 1.80 m, y los bordes prominentes tienen un máximo de 0.28 m, estando dirigidos hacia el oeste y al norte, pudiendo haber sido utilizado para determinar la posición del sol en su paso por el meridiano y para ubicar los sitios donde el sol se pone tras la península de Capachica, pudiendo definir las épocas para la actividad agrícola. El Inkatiana habría sido, además de un sitio de observación, el lugar donde se hicieron rituales propiciatorios para la siembra, como el que realizan actualmente en cada parcela, el Tapurichay, por el cual se efectúa el augurio sobre el futuro de la siembra.

- **Inka chincana (túnel de Inka)**

Ubicado en el Pueblo detrás de la iglesia católica (plaza) se aprecia el inka chincana que en la actualidad es tapado con fines de seguridad, ya que cuentan los pobladores en los años setenta abrieron el túnel y encontraron un metal pesado y muy brillante, ellos sabían que era oro.

Este mineral tiene antimonio por lo que nadie se aproximó, y un policía que brindaba servicio en la isla ambiciosamente tomo el metal guardándose el peso al conocimiento que tenía sobre el mal que le podía causar; entonces los pobladores ingresaron al túnel con la finalidad de explorar y llegar al final de este, dándose con la sorpresa de que no tenía fin y a su lado existe un muro con característica de la arquitectura inca porque sus paredes son muy finas y las piedras son almohadilladas y la ventana en forma trapezoidal.

- **Gentilwasi**

Cementerio ubicado en las faldas y al Oeste de Llaquistiti, se aprecia una cavidad de restos fósiles de la época Inca, algunos en posición fetal (momificados) los pobladores vuelven a establecer sus ritos ancestrales de veneración a los espíritus de los antepasados y a las fuerzas de la naturaleza.

- **Atractivos naturales**

La flora del lugar se caracteriza por la presencia de plantas arbustivas como la muña, kantuta, salvia, tola y patamuña. También se destacan dos miradores en las partes más altas de la isla. Desde allí se puede apreciar el lago en toda su extensión, así como algunos restos prehispánicos y un cementerio de momias.

Flor de la Cantuta, uno de los grandes atractivos de esta isla es que en sus campos crece de forma natural la “Flor de la Cantuta”, descubierta por Antonio Raimondi en sus viajes por el Perú. Otro factor importante es la ruralidad de la vida en las apacibles tierras de esta isla.

B. Infraestructura de soporte

Según Arteaga et al (2007), esta infraestructura de soporte está compuesta por todos aquellos elementos tangibles e intangibles que hace posible brindar los diferentes servicios relacionados con el turismo en este caso rural. Asimismo, esta infraestructura se clasifica en cuatro grandes grupos, como infraestructura: a) *Física* (Aeropuerto, carreteras, tecnología de información y comunicaciones, agua potable y alcantarillado, electricidad, señalización, oficinas de información), b) *Comercial* (centros comerciales, plazas turísticas, mercados de artesanías, ferias y exposiciones, eventos), c) *Recursos humanos* (Universidades, Escuelas de turismo, escuelas de idiomas, disponibilidad de guías de turistas), y, d) *Recursos financieros* (inversión pública y privada, proyecto de desarrollo turístico).

b.1 Infraestructura física

En cuanto a *aeropuertos*, Puno cuenta con un aeropuerto, ubicado en la ciudad de Juliaca, denominado "Puerto Internacional Inca Manco Capac", a 3,825 msnm y actualmente es administrado por el consorcio peruano-argentino "Aeropuertos Andinos del Perú" quien obtuvo la buena pro de la concesión del aeropuerto por un período de 25 años, desde el 2010. El aeropuerto tiene conexiones a varias ciudades del país. Asimismo, en cuanto a *carreteras y señalización*, la región debido a su muy accidentada geografía presenta una pobre red de carreteras asfaltadas que comuniquen los poblados, la red de carreteras solo es densa en las provincias situadas a orillas del lago Titicaca, sin embargo, pese a estas dificultades la región Puno se encuentra bien comunicada con las regiones colindantes con las cuales posee un muy fluido tráfico de personas y bienes. Es notorio en Amantaní, que la isla carece de carreteras, no hay carros ni motos.

A su vez, el acceso a la isla de Amantaní es por vía lacustre, aunque los primeros viajes se realizaron en balsas de totora, después introdujeron lanchas de madera a vela. En el año de 1978 se formó una asociación en la estancia Suyo para pedir apoyo a la Organización Interamericana de EE.UU. logrando adquirir lanchas a motor para que el viaje se realice en cuatro horas desde Puno hacia Amantaní. Actualmente existen embarcaciones más

rápidas que llegan en una hora utilizando dos motores penta volvo y otras en tres horas con motores de segunda mano de buses que han adaptado para embarcaciones. Asimismo, en la isla existen embarcaderos que fueron construidos entre 1980-85 con el apoyo de CARITAS-PUNO, por lo que hoy cada suyo tiene su embarcadero.

Colegios: existen varias comunidades repartidas por la isla con colegios, sin embargo, los niños en edad escolar tienen que caminar largos trayectos para cumplir con sus obligaciones.

Así también, *las tecnologías de información y telecomunicaciones-TICs*, en Puno según datos del INEI (2005), del total de población urbana (31,5%) el 5,6% accede a TICs, sin embargo, al 2011, en su mayoría siendo la población urbana y rural cuenta con servicio móvil mínimamente 01 unidad por familia.

Servicios básicos: en la isla no hay calefacción, no hay luz eléctrica, simplemente existe en cada familia una batería de camión u otro que alimenta bombillas, esto por el costo que implicaría a todas las familias. Según datos de estudios previos, las familias cuentan con paneles solares, sin embargo, no es representativo. Sin embargo, las familias cuentan con agua, y en cuanto a saneamiento, la mayoría cuenta con letrinas, las cuales los turistas consideran que debe mejorarse en este sentido.

Servicios médicos y CITs, en la ciudad de Puno se tiene infraestructura de salud (HMNB, ESSALUD, Clínicas privadas, entre otras), sin embargo en Amantaní, se tiene solo un centro de salud, y en cuanto a *centros de información turística (CITs)*, en la ciudad y en los terminales existe limitada información, por lo que podría reforzarse este aspecto.

b.2 Infraestructura comercial

En la ciudad de Puno se cuenta con todo tipo de centros comerciales, desde tiendas, minimarkets y super mercado (como Plaza Veá. 2011). Sin

embargo, en Amantaní, los turistas se pueden proveer de bienes (alimento, ropa, y otros) en las pequeñas tiendas, y en el mercado o feria. Para adquirir productos artesanales lo hacen en el centro comunal artesanal de la isla, por lo que en el Anexo 02 se tiene precios referenciales.

Calendario festivo: las fechas más importantes en Amantaní las cuales están establecidas como calendario de fiestas donde los turistas concurren con fines de turismo, cultura – tradición (actos, ceremonias), folklore, naturaleza, entre otros, como puede observarse en el cuadro 21. A cualquier hora del día y en cualquier parte de la isla se puede apreciar mujeres de todas las edades tejiendo mantas, chalinas y gorros que luego venden en la feria artesanal del “Pueblo”, donde los pobladores, de manera comunitaria y rotativa, ofrecen sus mercancías de 3 a 6 de la tarde.

En la plaza, alrededor de la estatua del Inca Cápac Colla y frente a la iglesia, las mujeres ofrecen helados caseros y refrescos de alfalfa y papaya. En las noches, en esta misma plaza y en las calles alrededor, la fiesta estalla. Famosos en todo el altiplano, los bailes autóctonos se despliegan al compás de queñas, zampoñas y charangos, homenajando al turista o a los invitados solemnes del pueblo. Dos tradiciones son las que resaltan de todas las manifestaciones culturales de esta isla: el pagapu y la ceremonia del matrimonio. El primero, cuya traducción a castellano es “pago a la tierra”, se realiza durante el tercer jueves de enero, en el día de San Sebastián. Las locaciones son los cerros Pachamama (Llaquistiti) y Pachatata (Coanos), elevados 320 metros desde la superficie.

Durante la ceremonia se abren, por única vez en el año, las puertas de los recintos prehispánicos que se asientan en las cumbres de estos cerros. La dirección de las acciones está a cargo del Pako (sabio indígena), quien, vestido con poncho y llevando su chuspa (bolsa tejida) llena de hojas de coca, coloca la “mesa” junto con su ayudante. La “mesa” está compuesta por objetos rituales colocados según un orden tradicional.

Tabla 21. Calendario de fiestas en Amantaní

FECHA	FESTIVIDAD	DANZAS	N° DE DÍAS
1ª enero	Día de año nuevo, presentación de autoridades nuevas de cada comunidad	Sicuri, tarqueada sanjuanitos. etc.	1 día
3er jueves de enero.	Pago a la tierra, en pachatata, pachamama participan todas las familias y las autoridades.	Danza pachatata	1 día
2 de febrero	Fiesta de virgen candelaria organizado por teniente gobernador de cada comunidad.	Tinkus, kullahuada, saya Negritos	3 días
Carnavales en febrero/marzo de acuerdo al calendario	Carnavales es un a fiesta de alegría por las buena cosecha y también se ve la alegría de los jóvenes y es organizado por ellos.	KASWHUA Charango acompañado de la voz femenina.	3días
9 de abril.	Aniversario de la isla organizado por el municipio y las comunidades. Se realiza concurso de trajes típicos. Desfile de instituciones públicas. Escuelas y colegios.	Danzas típicas y luces.	4 días
Séptimo domingo después/pascua	Fiesta de Pentecostés. Fiesta celebrada con bastante devoción de los católicos, se conoce como fiesta de abundancia y requisa.	Danzas de luces y negritos (utilizan tambor y pito)	5 días
23 y 24 junio	Día de san Juan 23 en la noche se hace la fiesta de san Juan por cada familia y hacen pequeño ritual para sus ovejas ofreciendo coca y quinua el 24 se hace una ceremonia por el día del campesino.	Ceremonia y desfile de escolares y autoridades y comunidad	2 días
28 de julio	Aniversario patrio ceremonia en honor al libertador José San Martín,	Desfile cívico y militar en retiro.	1 día
5 al 12 agosto	Feria artesanal presentación de comunidades con danzas típicas de la isla en la noche fogata bailable con	Sicuris, pachatata, lipis, tarkqa	1 semana

	personajes cómicos.	pinquilladas, etc.	
1y2 noviembre	Día de todos los santos el primer día se va al cementerio a solo limpiar la tumba el segundo día va a visitar toda la familia y llevan corona de flores y agua se dice como despacho de almas.	Oración en honor a los santos muertos	2 días
24 de diciembre	Noche buena. Todas las familias van a la iglesia católica a ver la presentación de cánticos católicos en honor al niño Jesús.	Alabanzas y canciones eclesiásticas	1 día

Fuente: Elaboración propia

Los elementos que se colocan sobre la mesa, una tela tejida por lana de llama, son: hojas de coca, un feto de llama, vino tinto, grasa de llama, incienso y conchas. Con la mesa lista, el Pako saluda a los Apus y a los 4 puntos cardinales, empezando por el este, donde sale el sol. Después se recitan oraciones, y finalmente la mesa es quemada en una hoguera de guano y las cenizas enterradas en la caverna dentro del recinto sagrado. Lo que continúa es el baile.

La otra tradición, es el *matrimonio* que se realiza durante el mes de mayo, el “mes del amor”. Según versiones orales, anteriormente el muchacho enamoraba a la muchacha tocando en el charango melodías sentimentales mientras ambos pastaban las ovejas en las lejanías del los cerros. Sin embargo, la tradición que verdaderamente perdura es la que se da durante el matrimonio. La solemne “misa de amor”, en la que sirven frutas, aguardientes, pan y coca, es fijada por los familiares de los novios, quienes también designan a los padrinos. Los padrinos y madrinas, verdaderos ejes paralelos a los novios durante el matrimonio, se convierten entonces en el apoyo confidencial de la pareja y en los organizadores oficiales de la fiesta. Las felicitaciones, bendiciones y regalos son entregados a los novios en la “lamara”, una cabaña de ramas de ccolle adornada de flores de cantuta que el novio construye para la ocasión. Los padrinos se sientan a los costados del novio y novia

respectivamente. Los regalos tradicionales son dinero, vajilla y alimentos fijados en la vestimenta de la pareja.

b.3 Infraestructura de recursos humanos

Los *recursos humanos* con los que cuenta Puno y Amantani solo se cuenta con infraestructura básica para el desarrollo de las capacidades de los pobladores de Amantani. Las instituciones educativas que están relacionadas al desarrollo del turismo rural en Amantani y otros emprendimientos son externos a las zonas rurales, y son las siguientes:

- Universidad Nacional del Altiplano, Universidad Andina, Universidad San Carlos, entre otras. En cuanto a agencias de viaje y escuelas de turismo están:
- CAMARA HOTELERA DE PUNO
- Municipalidad provincial de Puno
- Municipalidad distrital de Amantani
- APTUR – Red de turismo rural comunitario
- ALL WAYS TRAVEL TITIKAKA PERU SAC
- AMARU TOURS
- ARAVIT – PUNO
- ARCOBALENO
- ELIM TRAVEL
- EXTREMO SUR
- GAIA PERÚ TRAVEL
- GASTON SACAZE
- INKA EXPRESS
- JUMBO TRAVE
- LAGO AZUL E.I.R.L.
- PUNO TRAVEL
- SERVICIOS TURISTICOS UROS
- PROMPERU

b.4 Infraestructura de recursos financieros

Actualmente Amantaní se conoce como isla panorámica y es la única en el país donde las familias hacen un intercambio de ideas y tratan de compartir sus vivencias. Cuando comenzaron a llegar los turistas fue muy duro adaptarse al servicio del turismo ya que muchas familias no sabían preparar comida para los visitantes, gracias al apoyo y capacitaciones de instituciones públicas y privadas se ha mejorado el servicio de alimentación y hospedaje. Aunque el precio que cobra por alimentación y hospedaje no está de acuerdo a los servicios prestados ya que son muy baratos. Actualmente las comunidades se han organizado en forma individual ofreciendo sus servicios a las agencias.

C. Servicios generales

Estos servicios generales permiten formar redes inter-empresariales y actúan como un eslabón para lograr la integración de cadenas productivas del turismo. Entre estos servicios están: hospedaje, alimentación, entretenimiento y diversión, transporte y otros. A continuación se detalla cada uno de estos servicios generales:

c.1 Características de la distribución de turistas por familias

Tabla 22. Características de la prestación de servicios de hospedaje y alimentación

	SECTOR "A"	SECTOR "B"	SECTOR "C"
	Capacitados (+1 vez/año)	Pocos practican TRC (1 vez/año)	Pocos practican TRC (1 vez/año)
Características de hospedaje			
Promedio de habitaciones	3	2	1
Características del hospedaje	Cómodo, cálido, relativamente limpio.	Semicómodo	Poco cómodo
Material	Rústico, yeso, calamina	Rustico, yeso, calamina.	Rustico, yeso, calamina.
	Color ocre, 1er piso cemento, 2do madera.	1er piso cemento, 2do madera.	1er piso cemento, 2do madera.

Tamaño cuartos	4x6m2 (4 camas), 3x5m2 (3 camas), 3x4 m2 (2 camas)	2 a 3 camas	2 camas
Serv higiénicos	Alejados con ducha y baño	letrinas y pocos baños	letrinas
Serv de luz	paneles solares	Paneles, generador de luz lim (no quieren pagar S/.5.00)	no especifica
<u>Características de alimentación</u>			
Cocina	Fogón	Fogón	Fogón
Utencilios	Ollas, tasas, platos de arcilla	Ollas, tasas, platos de arcilla	Ollas, tasas, platos de arcilla
Productos utilizados	propias y externas (desayuno)	propias	propias
Comidas	3 (D, A y C)	3 veces	3 veces
Platos típicos	Sopa de maíz, chuño, trigo, papas, ocas, pejerrey frito, matasca, torreja, mate de coca y muña.	Típicas del lugar	Típicas del lugar

Fuente: Elaboración propia basada en Flores (2005)

Cada comunidad cuenta con un presidente de turismo, cuatro vocales y un secretario, quienes se encargan de velar por el trato adecuado al turista y la equidad en cuanto a la distribución de turistas por familia, ellos llevan una lista en donde están los nombres de los pobladores autorizados y habilitados por la municipalidad de Amantaní para brindar los servicios de hospedaje y alimentación.

Es así, que a diario al promediar las 11 de la mañana, las mujeres esperan la llegada de las lanchas en el muelle de sus respectivas comunidades, el promedio de llegada de las lanchas es a partir de las 12 del medio día hasta las dos de la tarde. A la llegada de las lanchas los presidentes de turismo distribuyen de 2 a 3 turistas por familia, quienes se encargan de hospedarlos, brindándoles alimentos del día más una noche de peña; en algunos casos los propietarios de las lanchas también distribuyen a los turistas, esto ocurre cuando los turistas viajan en forma independiente. En muchas ocasiones el

número de turistas es menor y las mujeres deben esperar la llegada de otras lanchas y en el peor de los casos regresar a sus viviendas sin ningún turista. En este punto es importante considerar la participación que tienen las agencias de viaje y los guías de turismo en la distribución de turistas, quienes en coordinación con los presidentes de turismo intervienen en la distribución de turistas, pues estos toman en cuenta el grado de preparación que tienen las familias.

c.2 Características de la prestación de servicios de hospedaje y alimentación por sectores

a) Sector A: Las familias de este sector tienen en promedio 3 habitaciones para el alojamiento de los turistas, los cuales son cómodos, cálidos y relativamente limpios, construidas a base de material rústico revestidas con yeso y con techos de calamina que en su mayoría están pintadas de color ocre, el primer piso es de cemento y el segundo es de palos de madera, en donde generalmente se hospeda al turista, el tamaño de los cuartos está en función al número de camas; en cuartos de 4 x 6 m² se tiene 4 camas, en cuartos de 3 x 5 m² se tiene 3 camas, y en cuartos de 3 x 4 m² se tiene 2 camas, las camas son de madera y tiene dos sábanas, cuatro frazadas, una almohada y un cubre cama, cada cuarto tiene además una mesa sillas y/o bancas, los servicios higiénicos se encuentran alejados de la vivienda y cuentan con baños y duchas por separado más no con lavatorios, otra de las características de estas viviendas es que cuentan con luz que es captado a través de paneles solares. Los cuartos destinados para el servicio de hospedaje están separados de los cuartos de los pobladores que normalmente se encuentra en frente, las familias del sector A brindan el servicio de turismo vivencial y comparten sus costumbres con el turista por lo que les es agradable a los visitantes.

En cuanto al servicio de alimentación las personas cocinan en fogón, y que sus ollas, tasas y platos son hechas a base de arcilla. Los productos utilizados para la preparación de las comidas en su mayoría son propias del lugar, de las tres comidas del día, dos comidas son hechas a base de productos del lugar y producto de la capacitación recibida, que normalmente es en el desayuno ya que ofrecen panqueques con mermelada de fresa producto no característicos

de la zona, y un mate de hoja de coca o muña, el almuerzo esta compuesto de una sopa de maíz, chuño o trigo, y un segundo hecho a base de papas y ocas sancochadas con huevo frito y/o sancochado y un mate, en el mejor de los casos sirven pejerrey frito, la cena consiste en una sopa de maíz, chuño o trigo y el segundo por lo general es una matasca; papa y oca con huevo; y torreja con arroz, acompañado de un mate. En esta comunidad es notoria la capacitación efectiva que recibieron las familias, en cuanto al trato del turista, la preparación de alimentos, el mantenimiento de camas e higiene, lo más importante es el interés que muestran los pobladores en conocer y aprender temas de gestión, organización y servicio de calidad. Los pobladores de este sector manifestaron que recibieron capacitaciones una vez al año.

b) Sector B: En este sector las familias cuentan en promedio con 2 habitaciones para el turismo con 2 a 3 camas por cuarto, la vivienda es construida a base de material rústico revestidas con yeso y con techos de calamina, el primer piso es de cemento y el segundo es de palos de madera, las camas son de madera y tiene dos sábanas, cuatro frazadas, una almohada y un cubre cama, cada cuarto tiene además una mesa con sillas y/o bancas, los cuartos destinados para el servicio de hospedaje están separados de los cuartos de los pobladores, los servicios higiénicos se encuentran alejados de la vivienda al igual que en el sector A; en este sector algunas viviendas cuentan con baños ya que en su gran mayoría cuentan con letrinas y el estado higiénico no es el mas adecuado por ser poco higiénico, algunos pobladores cuentan con luz que también es captado a través de paneles solares estas comunidades son la comunidad de Sancayuni y Alto Sancayuni, las otras comunidades que conforman el sector B como Lampayuni y el Pueblo cuentan con postes de luz y un generador de energía eléctrica, pero sólo es utilizado por unas horas y en temporada de fiestas, estas comunidades deben de pagar mensualmente por el servicio eléctrico S/.5.00 nuevos soles a la municipalidad, pero los pobladores se niegan a pagar dicha cantidad razón por la cual no cuentan con este servicio. En cuanto al servicio de alimentación, los productos utilizados para la preparación de las tres comidas del día, a diferencia del sector A son propios del lugar. En este sector pocos practican el turismo vivencial, los pobladores también muestran interés en mejorar su

infraestructura y en aprender temas relacionados con el turismo, pero se ven limitados por los pocos y/o casi nulos recursos monetarios. Los pobladores manifestaron que también reciben capacitaciones una vez al año.

c) Sector C: Las familias del sector C, tienen en promedio 1 habitación y 2 camas debido a que la llegada de turistas a este sector es muy poco; al igual que en el sector A y B la construcción es en base a material rústico con techos de calaminas y revestido con yeso, las camas son de madera y tienen una sábana, cuatro frazadas y una almohada, el cuarto también cuenta con una mesa, sillas y/o bancas. Aquí las familias tienen letrinas cuyo estado higiénico no es adecuado ni higiénico para el turista y también se encuentra alejada de la habitación de hospedaje.

Los productos utilizados para la preparación de las comidas son propias del lugar, la cocina al igual que en todos los sectores son de fogón con ollas, tasas y platos hechos a base de arcilla. Estos pobladores tienen poca experiencia en el servicio de hospedaje y alimentación, por lo mismo que el turismo no llega mucho a este sector, pero se puede ver el interés de los mismos por mejorar sus servicios. Los pobladores manifestaron que recibían capacitaciones entre una y dos veces por año. Entre las 6:30 y 7:00 p.m. las familias llevan a sus visitantes a una peña folklórica realizada en un local de la comunidad, en donde las familias prestan a los turistas trajes típicos, y en compañía de músicos de la zona danzan junto a las familias; después de hora y media de entretenimiento las familias los llevan a sus viviendas para pernoctar. Luego de describir las características de los servicios que brindan los pobladores en cada sector, se concluye que el sector A está más organizado y más preparado para brindar un mejor servicio a los turistas que los sectores B y C, factor determinante para alcanzar una mayor rentabilidad.

c.3 Establecimientos de hospedaje no categorizados en Amantaní

La oferta de servicios turísticos en Amantaní está determinada por el número de familias que brindan los servicios de hospedaje y alimentación en las nueve comunidades; la cantidad ofertada se compone de acuerdo al número de camas por habitación que poseen estas familias. Sin embargo, la DIRCETUR

informa que en Amantaní existen 233 establecimientos que ofertan hospedaje, 361 habitaciones, 741 camas, y que su ocupabilidad es de 211 camas (ver cuadro 23).

Tabla 23. Establecimientos de hospedaje no categorizados en la región de Puno

PROVINCIA	DISTRITO	CLASIF	CANT.	Nro Habitac	Nro. Camas	Ocupac.
PUNO	Puno	S/C	74	964	1849	215
PUNO	CAPACHICA	Rural	40	45	90	52
PUNO	AMANTANI	Rural	233	261	741	211
PUNO	TAQUILE	Rural	110	220	500	
TOTAL		S/C	566	3006	5876	651

Fuente: Dirección de Turismo DIRCETUR PUNO

c.4 Familias dedicadas al turismo

En el siguiente cuadro 24 se aprecia que de un total de 783 familias en Amantaní, 387 se dedican a la prestación de servicios turísticos de hospedaje y alimentación, que representa el 49% del total de familias que viven en Amantaní.

Tabla 24. Familias dedicadas a la actividad turística según comunidades

Comunidad	Total Familias	Nº de familias dedicadas al turismo	% de familias por comunidad dedicadas al turismo
Pueblo	118	62	53
Lampayuni	88	44	50
Santa Rosa	100	27	27
Incatiana	65	25	38
Villa Orinojon	85	18	21
Cumunidad de Sancayuni	70	38	54
Alto Sancayuni	75	35	47
Occosuyo	88	64	73
Colquicache	94	74	79
Total	783	387	49

Fuente: Elaboración propia

La población del Pueblo asciende a 118 familias de las cuales el 53% (62 familias) se dedica a brindar servicios de hospedaje y alimentación, en la

comunidad de Lampayuni 50% (44 familias) se dedica al turismo; en Santa Rosa 27% (27 familias) se dedica al turismo, en Incatiana el 38% (25 familias) se dedica al turismo, en la Villa Orinojon solo 21% (18 familias) se dedican al turismo; comunidad de Sancayuni 54% (38 familias); en Alto Sancayuni el 47% (35 familias) y en las comunidades de Occosuyo y Colquicache 73% y 79% (64 y 74 familias) se dedica a prestar servicios al turista. Asimismo, en el cuadro 25 puede observarse el total de oferta de servicios de hospedaje por número de habitaciones y camas que posee cada hogar, por lo que, del total de familias (387), cada familia tiene un promedio de 1,78 habitaciones y 2,44 camas por día, asimismo, cabe resaltar que el número de camas ofrecido es mayor al demandado puesto que el sistema de repartición que se sigue no es eficiente.

Tabla 25. Oferta de servicios de hospedaje por número de habitación y número de camas según comunidades

Comunidad	Número de Familias	Nº de habitaciones	Camas / cuartos	Total camas/día	Total camas/mes	Disponibilidad camas/año
Pueblo	62	2	3	372	7440	89280
Lampayuni	44	1	3	132	2640	31680
Santa Rosa	27	1	2	54	1080	12960
Incatiana	25	1	2	50	1000	12000
Villa Orinojon	18	1	2	36	720	8640
C. Sancayuni	38	2	2	152	3040	36480
Alto Sancayuni	35	2	2	140	2800	33600
Occosuyo	64	3	3	576	11520	138240
Colquicache	74	3	3	666	13320	159840
Total	387	1,78	2,44	2178	43560	522720

Fuente: Elaboración propia en base a información de Flores (2005)

Asimismo, puede notarse en el cuadro anterior que la cantidad ofertada de servicios turísticos en cada comunidad, las comunidades que pertenecen al sector A tienen 3 habitaciones por familia y el número promedio de camas por habitación es de 3, el sector B tiene en promedio 2 habitaciones por familia y 2 a 3 camas por habitación, el sector C tiene 1 habitación y el número de camas por habitación es de 2. En el cuadro podemos observar a detalle el total de camas por comunidad, es decir podemos analizar la capacidad de recepción de turistas por comunidad, asimismo, las comunidades con mayor número de recepción son la comunidad de Colquicache que tiene 666 camas en total, seguida por la comunidad de Occosuyo con 576 camas, y el Pueblo que tiene 372 camas, las comunidades de Sancayuni y Alto Sancayuni tienen 152 y 140 camas, las comunidades que tienen menor capacidad de recepción de turistas son las comunidades de Santa Rosa, Incatiana y Villa Orinojon con 54, 50 y 36 camas respectivamente. Asimismo, las familias de la isla Amantaní reciben al turista durante todo el año (360 días), y que tiene una capacidad de 784,080 camas, es decir la oferta total de la isla es de 784,080 camas por año, y la mayor oferta se encuentra en el sector A seguido del sector B.

5.1.4 Análisis de la demanda turística rural en Amantaní

Para desarrollar adecuadamente este diagnóstico de Amantaní como destino turístico resultó necesaria una caracterización de la demanda que permita conocer las necesidades, los hábitos de viaje y el grado de satisfacción de los turistas que visita la isla. Por lo que se requirió conocer las necesidades y las deficiencias para responder a ellas con acciones de mejora pertinentes e integrarlas en el modelo de desarrollo turístico rural y encaminarse hacia la competitividad. Por tanto, según datos del *Perfil del Turista Extranjero 2007* advierten que el mayor porcentaje de turistas actuales y potenciales del Perú están interesados en realizar actividades de diferentes segmentos (multisegmento), es decir combinando cultura y naturaleza y no quieren ser turistas que observan desde la ventana sino que buscan experiencias y actividades nuevas. Así, a continuación se tiene en detalle algunas características como:

A. Arribo de turistas a la ciudad de Puno y Amantani

En el cuadro 26 puede observarse que del total de turistas extranjeros y nacionales en 1998 (202900 turistas) el 8,9% (17977 turistas) arribaron a la isla Amantani, en el año 2000 de un total de 225047 turistas, el 19,8% (44559) visitó Amantani, en el 2008 y 2009 de un total de 420658 y 379782 turistas el 11,6% (48945) y 13,3% (50461) respectivamente visitó la isla Amantani, comparando los periodos mencionados pareciera que en términos porcentuales disminuyó la demanda, sin embargo, es necesario tener en cuenta que en tales periodos el número de arribos a la isla de Amantani tuvo un incremento continuo de arribos anuales en términos relativos, puesto que al comparar el número de visitantes en 1998 y 2009 fueron de 17977 y 50461 respectivamente.

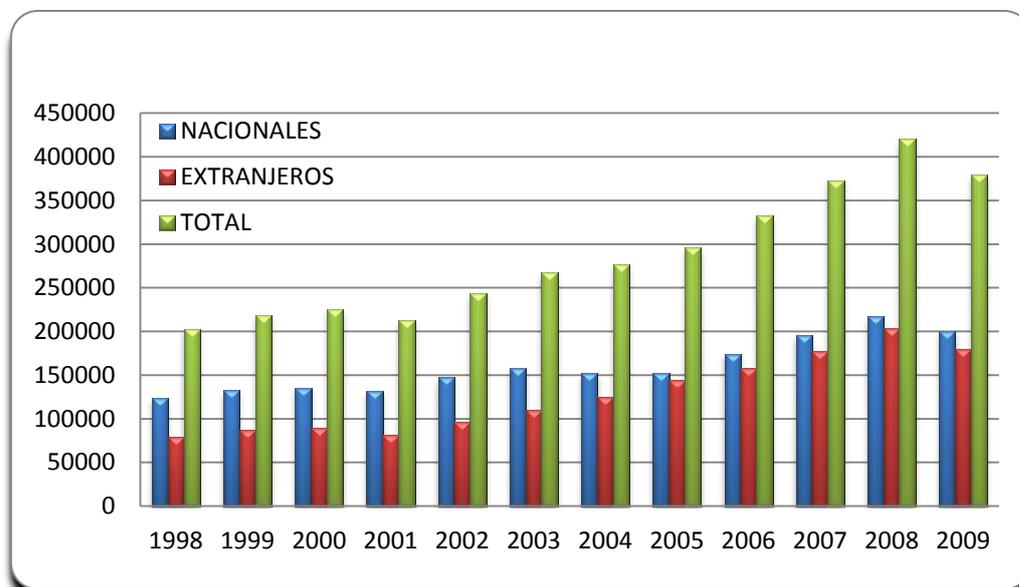
Tabla 26. Arribo de visitantes nacionales y extranjeros la región de puno y Amantani (1998-2009)

AÑOS	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL	AMANTANI	Part (%)
1998	124000	78900	202900	17977	8,9%
1999	132139	86511	218650	13913	6,4%
2000	135479	89568	225047	44559	19,8%
2001	131640	81165	212805	42365	19,9%
2002	147152	96782	243934	30518	12,5%
2003	157377	110405	267782	32811	12,3%
2004	151967	124945	276912	48157	17,4%
2005	152028	144420	296448	39466	13,3%
2006	174305	157957	332262	42238	12,7%
2007	195602	177250	372852	52300	14,0%
2008	216919	203739	420658	48945	11,6%
2009	200339	179443	379782	50461	13,3%
Fuente: MINCETUR - Puno, 2010					13,5%

En el gráfico 11 se puede observar que el arribo de turistas a la región de Puno en el 2009 fue de 379782 visitantes nacionales y extranjeros, de los cuales 50461 visitantes arriban a Amantani, esto representa el 13,3% del total, que implica 1,7% más que el año anterior. Sin embargo, si consideramos un período de análisis desde 1998 al 2009, se observa que hasta el 2008 el turismo tuvo un crecimiento de 201900 a 420658 visitantes y en Amantani de 17977 a 48945 visitantes, en ambos casos, tuvo un incremento de 207% y

272% respectivamente desde 1998. Por tanto, que en el 2009 debido a la crisis internacional, el arribo de turistas disminuye en Puno (-9,7%) más no en Amantani (+3,1%) respecto al año anterior.

Figura 11. PUNO: Arribo de visitantes nacionales y extranjeros



Fuente: MINCETUR - Puno, 2010

En la gráfica 11, puede observarse que el arribo de turistas nacionales es mas predominante que los extranjeros en la región de Puno, sin embargo, en ambos casos la evolución es favorable, puesto que existe un incremento consecutivo desde 1998 al 2009.

B. Arribo de turistas a la isla Amantani

En el cuadro 27 se puede observar que la demanda turística en Amantani ha evolucionado de manera positiva hasta el año 2010, con un arribo de 51763 turistas, de los cuales 38202 (73,8%) son extranjeros y 13561 (26,2%) son nacionales. Asimismo, se puede notar que en 1998 el arribo total fue de 17977 turistas, sin embargo, al 2010 siendo 51763 turistas, representa un incremento total de 288%, es decir, prácticamente se ha triplicado el numero de visitantes respecto a 1998, siendo este un punto favorable para los pobladores de Amantani.

Asimismo, según el cuadro 27 se tiene la gráfica 12, que muestra claramente que desde el año 2000 los turistas extranjeros (57,9%) son los que más visitan

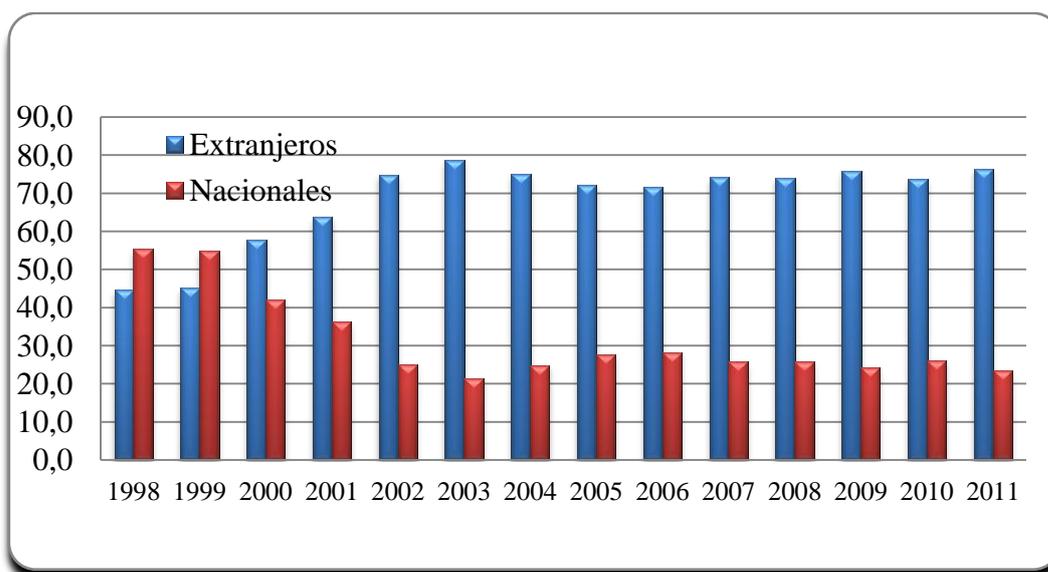
esta isla en comparación a los turistas nacionales (42,1%), y el año 2010, esta cifra varia, donde los turistas extranjeros que visitan Amantani representan el 73,8% y los turistas nacionales representa el 26,2%.

Tabla 27. Demanda turística en la isla Amantani (1998-2011)

Año	AMANTANI				
	EXTRANJERO	Part (%)	NACIONAL	Part (%)	TOTAL
1998	8033	44,7	9944	55,3	17977
1999	6280	45,1	7633	54,9	13913
2000	25786	57,9	18773	42,1	44559
2001	26962	63,6	15403	36,4	42365
2002	22838	74,8	7680	25,2	30518
2003	25795	78,6	7016	21,4	32811
2004	36170	75,1	11987	24,9	48157
2005	28515	72,3	10951	27,7	39466
2006	30280	71,7	11958	28,3	42238
2007	38862	74,3	13438	25,7	52300
2008	36256	74,1	12689	25,9	48945
2009	38261	75,8	12200	24,2	50461
2010	38202	73,8	13561	26,2	51763
2011(1/)	16907	76,5	5208	23,5	22115

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura - Puno
 Con información disponible a agosto de 2011

Figura 12. Amantani: Arribo de turistas nacionales y extranjeros (%)

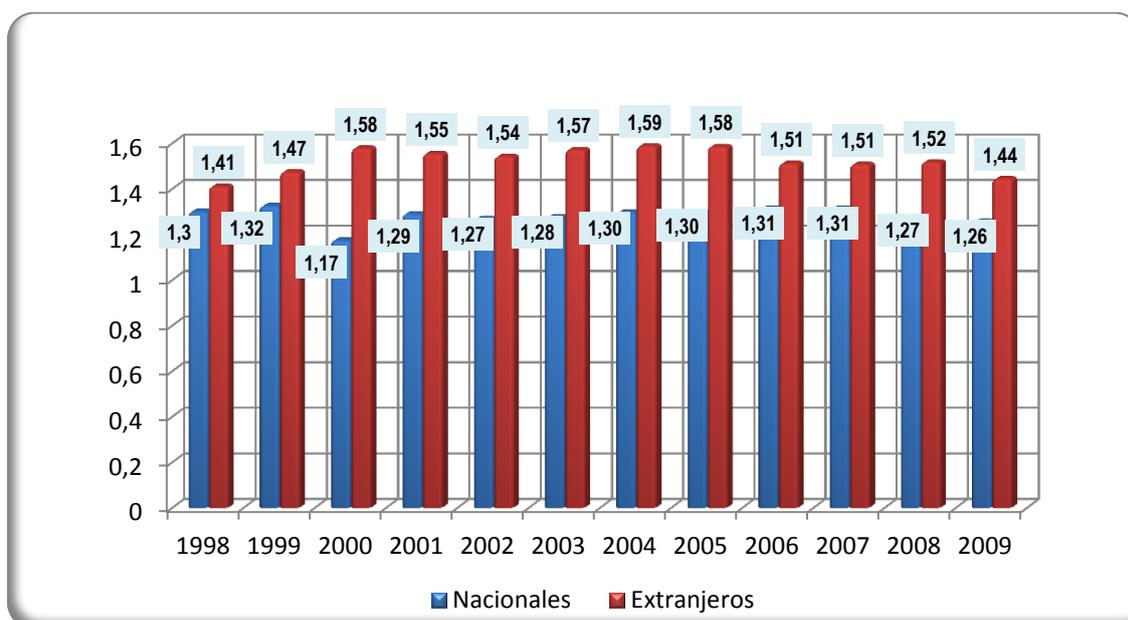


Fuente: MINCETUR - Puno, 2010

C. Pernoctaciones en Puno y Amantani

Las pernoctaciones promedio desde 1998 al 2008 varia en cuanto a los turistas nacionales y extranjeros, por lo que, el promedio de pernoctaciones de turistas extranjeros entre esos periodos es de 1,44 días, y en cuanto a nacionales es de 1,30 días en la ciudad de Puno.

Figura 13. Promedio de pernoctaciones de turistas Nacionales y Extranjeros (1998-2008)

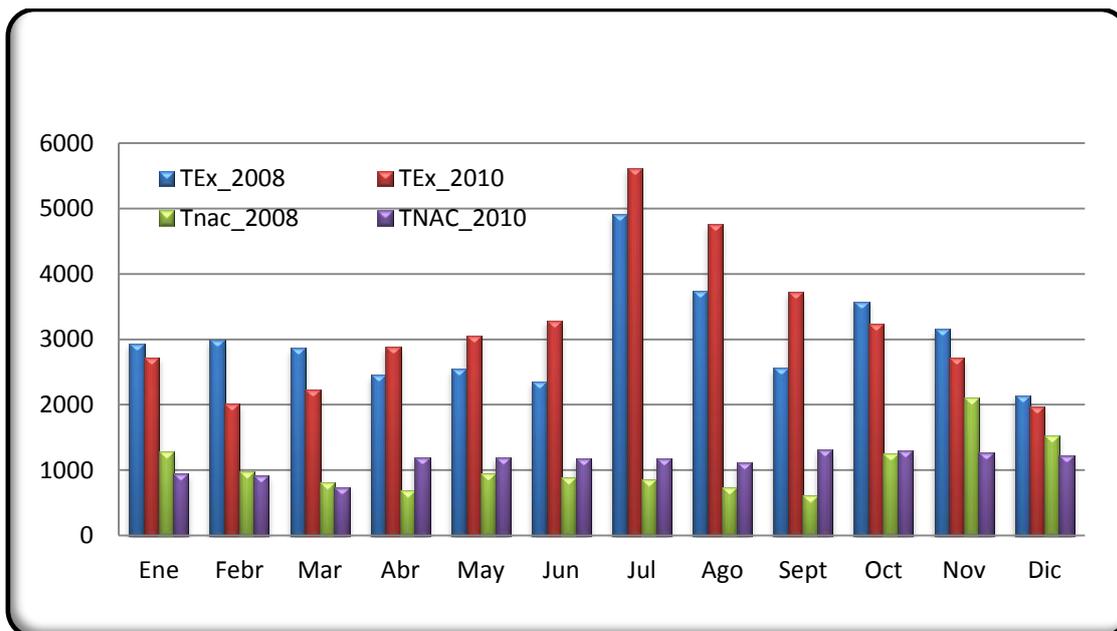


Fuente: MINCETUR - Puno, 2010

D. Estacionalidad de turismo receptivo nacional y extranjero en Amantani

En cuanto a la estacionalidad de visitas en la isla Amantani por turistas nacionales y extranjeros en los periodos del 2008 y 2010 es como sigue (ver grafico 14): En el año 2008, los turistas extranjeros visitaron más en los meses de julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre; sin embargo, los turistas nacionales visitaron la isla en los meses de noviembre, diciembre y enero. En el año 2010, los turistas extranjeros tuvieron una estacionalidad más alta en los meses de julio, agosto, septiembre y octubre, y en el caso de turistas nacionales en los meses de setiembre-diciembre.

Figura 14. Amantani: Estacionalidad del turismo receptivo



Fuente: MINCETUR - Puno, 2010

E. Características de los turistas que visitan Amantani

Según el perfil de turista rural comunitario (2008) se elaboró el siguiente cuadro 28, indica que del total de turistas que realiza este tipo de turismo es de sexo masculino (54%) y femenino (46%), en su mayoría es de instrucción superior, y en Puno se tienen mayor presencia de EEUU (21%) y Francia (12%). En cuanto a la motivación para realizar el TRC, en el caso de Puno, es para conocer costumbres y culturas (80%), interacción con la comunidad (20%), conocer actividades de las comunidades (15%), comida típica (9%) y tener contacto con la naturaleza (22%). En cuanto a la fuente de información de las comunidades que ofertan TRC un 84% indicó que lo busco en internet, guías turísticas (46%) y amigos (27%). Ante la pregunta de si prefiere alojamiento rustico en Puno para tener contacto pleno con la naturaleza, el 62% de turistas indico afirmativamente, y, sin embargo, el 38% ya lo había hecho, pero pernocto con algunas deficiencias.

Tabla 28. Características de los turistas que visitan comunidades que ofrecen TRC

CARACTERISTICAS	DESCRIPCIÓN
Sexo	54% (Masculino) y 46% Femenino
Mayor presencia de turistas	Estados Unidos (21%) y Francia (12%)
Motivación	Conocer costumbres y culturas (80%)

	Interacción con la comunidad (20%)
	Conocer actividades de las comunidades (15%)
	Comida típica (9%)
	Contacto con la naturaleza (22%)
Fuentes de información	Internet y guías turísticas (46%)
	Amigos (27%)
Preferencia de alojamiento en TRC	Si (62%) y No (38%)
Alojamiento	Deficiente según turistas
Planificación de viaje	72% indicó que planeo viajar a Puno
	71% vino por cuenta propia
	29% vino por agencia
Visitas en Puno (TRC)	96% visitó la isla los Uros
	80% visitó Taquile
	78% visitó Amantani
	2% visitó Chucuito
Actividades realizadas en comunidades	95% Compra de artesanías
	66% Observación de paisajes
	26% interacción con pobladores
	24% Tomar fotografías
	22% probar la comida del lugar
	14% Costumbres
Tipo de alojamiento en las comunidades	92% en casa de poblador
	8% en casa de comunidad
Promedio de estadía en comunidades	1 día
Gasto promedio en Puno	US\$722 dólares
Gasto promedio en islas	US\$87 dólares
Fuente: Elaboración propia basada en MINCETUR (2008)	

Asimismo, el 72% de turistas planificó su visita a las comunidades de Puno, indicando además que el 71% vino por cuenta propia y el restante 29% a través de una agencia. Del total de turistas que arribaron a Puno, el 96% visitó la isla los Uros, 80% visitó Taquile, 18% visitó Amantani y 2% Chucuito. Las actividades realizadas en las comunidades de Puno, fueron: compra de artesanía (95%), observación (66%), interacción con pobladores (26%), tomar fotografía (24%), comida del lugar (22%) y costumbres (14%). El alojamiento utilizado en las comunidades de Puno fueron: Casa del poblador (92%), casa de comunidad (8%) y campamento (2%). Asimismo, el promedio de

permanencia en las comunidades de Puno es de un (1) día. Asimismo, manifestaron que de un promedio de gasto en Puno (\$722/persona) destinaron un aproximado de US\$87 dólares en las comunidades.

F. Análisis de la oferta y demanda turística en Amantaní

La isla Amantaní cuenta con una disponibilidad de 522,720 camas por año, entre el total de las nueve comunidades (387 familias), sin embargo, la cantidad de turistas que visitaron la isla en el año 2005 fue de 39466, de los cuales tiene un indicador de ocupabilidad de 7,6%, asimismo, un indicador de 8,1%; 10%, 9,4%; 9,7% y 9.9% en los años 2006 al 2010 respectivamente. Cabe resaltar que el índice de ocupabilidad esta en función a la cantidad de turistas que visita la isla y que hacen uso de los servicios, como podemos observar este índice llega en promedio a 9,1% de utilización, es decir, que esta isla presenta un promedio de 91% de capacidad no utilizada

Tabla 29. Balance de la oferta y demanda de servicios de hospedaje anual en Amantaní

Años	Oferta (Hospedaje)	Demanda	Balance	Ocupabilidad %
2005	522720	39466	483254	7,6%
2006	522720	42238	480482	8,1%
2007	522720	52300	470420	10,0%
2008	522720	48945	473775	9,4%
2009	522720	50461	472259	9,7%
2010	522720	51763	470957	9,9%

Fuente: Elaboración propia

Por lo que, existe un exceso de oferta de 91% sobre la cantidad demandada de servicios de hospedaje y alimentación. En el cuadro 29 muestra el balance entre la oferta y demanda de servicios turísticos del 2005 al 2010.

5.1.5 Análisis de los competidores del destino para los diferentes productos/mercado existentes

En Puno existen diversas comunidades que ofertan turismo rural comunitario donde el tipo de turismo es vivencial, agroturismo, deportivo, entre otros, los cuales constituyen parte de la competencia para Amantaní, puesto que también

se brinda el servicio a orillas del lago Titicaca y alrededores (Ver Anexo 05). Entre los principales competidores son las islas Uros, Taquile, las comunidades de Sillustani, Llachón, entre otras, que tienen las siguientes características:

Isla Amantani

Tabla 30. Descripción de turismo rural en la Isla Amantani

Características	Atractivos turísticos	Actividades turísticas
<p>-Las principales actividades económicas son: agricultura, pesca de autoconsumo, artesanía y turismo rural.</p> <p>- Los alimentos que se ofrecen en la isla son tradicionales: pescado del lago, Quinoa, habas, papas y ocas. Permanencia adecuada 2,5 días.</p> <p>Servicios Básicos</p> <p>-Tienen un generador de luz que actualmente no esta en funcionamiento por falta de dinero para comprar el combustible que requiere.</p> <p>- La mayoría de casas ha optado por colocar paneles solares para resolver el problema de la falta de energía eléctrica.</p> <p>- No tiene desagüe pero si hay pozos sépticos.</p>	<p>Centro ceremonial de Pachatata (masculinidad). Centro Ceremonial de Pachamama (feminidad). Construcción preincaica de piedra, ubicada en el cerro Llaquistiti. Andenes en todo el contorno de la Isla. El ritual del "pago a la tierra". Cada segundo jueves del mes de enero (día de San Sebastián). Templo San Simeón y Arcos de Amantani. Museos Pachatata, festividades religiosas y populares. Artesanía Textil y Lítica. Centro de interpretación "Villa Orinojón". Vestimenta, agricultura y danzas. Artesanía textil y lítica. Vestimenta, agricultura y danza.</p>	<p>Servicios turísticos</p> <p>Hospedaje Alimentación Transporte Lacustre Interpretes locales</p> <p>Actividades</p> <p>- La mayoría de casas hospedaje son urbanas.</p> <p>- Cada hospedaje es independiente y tiene entre 1 y 3 habitaciones con una capacidad de 8- 12 turistas.</p> <p>- El costo por el alojamiento oscila entre US\$ 10 – 12 dólares que incluye alimentación por una noche.</p> <p>- Comida vegetariana y con productos de la zona.</p> <p>Paseos a bote o velero.</p> <p>Treking o caminata, cabalgata.</p> <p>Observación de flora y fauna Participación en actividades sociales y agropecuarias.</p>
<p>Fuente: Elaboración propia</p>		

Su naturaleza es diversa, muestra presencia de una flora muy variada como la flor de la cantuta, la muña, la tola, entre otras. Cuenta con varios manantiales permanentes, lo que permite el desarrollo de la agricultura de riego.

Isla los Uros

Tabla 31. Descripción de turismo rural en la Isla los Uros

Características	Atractivos turísticos	Actividades turísticas
<ul style="list-style-type: none"> - Las familias Uros, tienen, además de las construcciones domesticas, sus locales comunales, sus tiendas de abarrotes y su escuela. - Cuentan con energía eléctrica mediante paneles solares. <p>Actividades económicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los varones son hábiles elaboradores de balsas de totora, las mujeres son expertas en textiles y los isleños practican la pesca artesanal. 	<ul style="list-style-type: none"> - 20 islas - Habitaciones de totora - Paisaje hermoso - Excursiones turísticas - Muestran al visitante el secado al sol de peces. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mobiliario básico y confortable. - Muestran al visitante el secado al sol de peces. - Gastronomía zonal, son preparados sobre la base de papa, muraya, maíz y por supuesto, el pescado: carachi, ishpi, trucha y pejerrey. - Gastronomía es cocinada con totora como combustible en cocinas de barro.
Fuente: Elaboración propia		

Cada una de estas islas está habitada por unas 3 a 10 familias uro-aymaras, y se destaca a las islas Tupiri, Santa María, Tribuna, Toranipata, Chumi, Paraíso, Kapi, Titino, Tinajero y Negrone. Su lengua nativa es el Uroquilla.

Isla Taquile

Tabla 32. Descripción de turismo rural en la Isla Taquile

Características	Atractivos turísticos	Actividades turísticas
<ul style="list-style-type: none"> - La isla se caracteriza por la amabilidad de los pobladores. - Comunidad con cultura viva (mantiene sus costumbres y tradiciones ancestrales). - Destacan laboriosos y finos textiles con decoraciones simétricas simbólicas, de su 	<p>Ruinas.- Existen cinco sitios con construcciones preincas, ubicadas en puntos estratégicos a lo largo de la isla. Son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mulsinapata en Estancia Suyo, - Cruzpata en Chanopampa 	<ul style="list-style-type: none"> - Sus actividades turísticas nacen desde 1979. - Los visitantes son recibidos por las familias. - El alojamiento es familiar y de carácter extra – hotelero. - Existen varias decenas de casas con una capacidad

<p>forma de vida, sus costumbres y sus creencias andinas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una de las características más importantes es que su artesanía es muy valorada, es así, que la UNESCO la ha declarado como "Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad". <p>Servicios Básicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - La isla no tiene energía eléctrica, por ende, cuentan con paneles solares. - Sólo 10% de la población no cuenta con luz. - Cada familia tiene letrinas con pozos sépticos construidos por la misma comunidad. 	<p>Suyo,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quanojata en Collata Suyo y - Quinuapata y Pukarapata en Kallino Suyo. <p>Hatun Nan (Camino Grande).- Conduce a las ruinas y bellas playas de Huallano y Collata Suyo.</p> <p>Miradores naturales que permiten tomar fotos espectaculares de la isla y el lago Titicaca.</p>	<p>instalada de 700 camas aproximadamente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El costo por cama es aproximadamente S/. 10.00 nuevos soles por noche. - Aproximadamente 9 habitaciones con 24 camas en total y con baño privado. - Las habitaciones cuentan con servicio de agua fría y caliente, luz, alimentación y bebidas. - Existen pequeños restaurantes con una capacidad de 500 comensales. - La gastronomía esta compuesta por platos locales en base a truchas, papas, quinua, ocas, entre otros productos propios. -La visita es guiada por comuneros muy bien informados.
<p>Fuente: Elaboración propia</p>		

Comunidad de Llachón

Tabla 33. Descripción de turismo rural en la Isla Taquile

Características	Atractivos turísticos	Actividades turísticas
<ul style="list-style-type: none"> - El idioma nativo es el Quechua. - Para el hospedaje existen 10 asociaciones que están compuestas por 10 a 12 familias cada una. - Cada asociación es independiente en su comercialización e independiente en la manera que distribuyen a sus visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Playa arenosa - Formaciones Rocosas - Diversidad de Flora y Fauna - Convivencia Vivencial - Artesanía - Danzas (Huanchaco, Ispalla) - Museo - Vista Panorámica Llachón - Mirador Natural Inka Carruspata - Mirador Natural QesQapa 	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica de turismo rural a través de: pesca, agroturismo, artesanía. - Paseos en bote o velero. - Caminatas. Cabalgatas. - Panoramas paisajísticos (flora y fauna), arqueológicos. - Participación de turismo místico. - Participación de actividades sociales y agropecuarias. <p>Características</p>

<p>- El paisaje natural se enriquece con la vista de las montañas llenas de andenes pre Incas y los bosquecillos de eucalipto que rodea la comunidad. Ese es el escenario donde habitan los comuneros y comuneras; allí cultivan, pescan, tejen y hacen las labores domesticas Actividades económicas Sus principales actividades son la agricultura, ganadería, pesca y artesanía. - Pesca artesanal. - Turismo rural Servicios Básicos - Cuentan con baños comunes con pozos sépticos y un lavadero</p>	<p>- Estructuras de Antiguas Casas de Piedra - Restos arqueológicos Killa Ccacka (roca de la luna). Playas y andenería. Artesanía textil. Gastronomía Danzas típicas Pesca artesanal. Paseo en bote a vela y remo Caminata Cabalgata en equino Montañismo Pago a la Pachamama</p>	<p>- Hospedajes Rústicos de Adobe - Cada familia tiene en su vivienda 1 ó 2 ambientes destinados para alojar al turista. - Cada ambiente esta destinado para 2 huéspedes. - Las habitaciones tienen baños comunes con pozos sépticos y un lavadero. - Existe una capacidad máxima de 160 camas en toda la comunidad. - El mobiliario y el menaje están confeccionados con materiales locales repisas de palo, cortinas de totora y mantas tejidas por los comuneros).</p>
<p>Fuente: Elaboración propia</p>		

Turismo rural en la comunidad de Atuncolla (SILLUSTANI – LAGUNA UMayo)

Se encuentra ubicado a 33 km. al norte de la ciudad de Puno, a un altitud de 3,850 m.s.n.m. lugar ubicado sobre el camino al Complejo Arqueológico de Sillustani. En ésta zona y toda el área del noroeste del lago Titicaca, se desarrolló la cultura Pukara. Posteriormente llegó la influencia de Tiwanaku. Este complejo se encuentra a orillas de la laguna de Umayo. Los pobladores Qollas viven en sus viviendas denominadas Casa Campesina, de arquitectura propia hechas a mano, las que han sido acondicionadas habitaciones con dos camas típicas llamadas “patajawa”, con baño privado (incorporado), ofrecen gastronomía típica, fusión e internacional.

Tabla 34. Descripción de turismo rural en la Comunidad de Atuncolla

Características	Atractivos turísticos	Actividades turísticas
<ul style="list-style-type: none"> - Este emprendimiento cuenta con el apoyo del Proyecto Corredor Cusco – Puno. - Próximos a capacitación en idiomas, preparación de alimentos, guiado y atención al visitante, mejoramiento en el acabado de sus artesanías. - Para el hospedaje se ha constituido la asociación de Servicios de Turismo Vivencial “LOS QOLLAS DE SILLUSTANI” – ASTURIS, que esta formado por 25 socios, de los cuales 12 están activos para recepcionar a turistas. - No tienen a turistas que pernocten. - Los turistas son temporales. 	<p>Es famoso por sus chullpas, que son torreones circulares de piedra.</p> <p>Complejo arqueológico</p> <p>Museo de Sitio</p> <p>Biodiversidad agrícola y pecuaria.</p> <p>Procesamiento de los productos agropecuarios.</p> <p>Crianza de camélidos andinos</p> <p>Artesanías textiles.</p> <p>Manifestaciones culturales.</p> <p>Gastronomía típica y novoandina.</p>	<p>Hospedaje rural vivencial</p> <p>Cada casa cuenta con una habitación para recepcionar a dos turistas.</p> <p>Cada casa cuenta con una habitación para recepcionar a dos turistas.</p> <p>Su beneficio se da por venta de artesanías y voluntades del turista.</p> <p>Cuenta con apoyo de proyecto corredor Cusco – Puno a pedido de la misma comunidad.</p> <p>Exigen capacitación en idiomas, preparación de alimentos, guiado y atención de visitantes, mejoramiento en acabado de artesanías y promoción a la zona como turística vivencial.</p>
Fuente: Elaboración propia		

Asimismo, comparando la evolución de visitas de turistas nacionales y extranjeros a las islas Amantaní, Uros, Taquile y al Complejo de Sillustani, se muestra en el cuadro 35, que el dominio de visitas en cuanto a turismo nacional son los Uros, seguidamente de Sillustani, con un total de visitas de 29510 y 16155 respectivamente al 2010, asimismo, en cuanto al turismo extranjero el dominio en visitas son Taquile y los Uros con 79431 y 54610 visitantes.

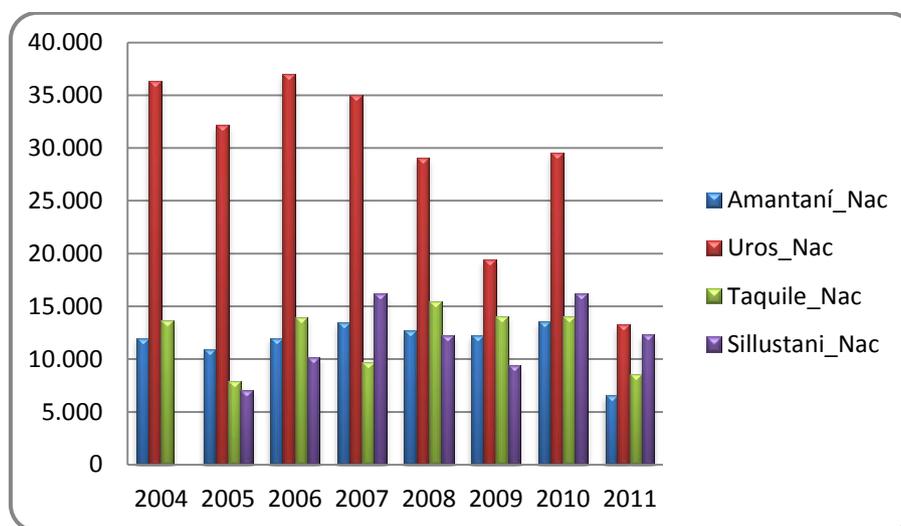
Tabla 35. Evolución de visitas de turistas nacionales y extranjeros en comunidades que ofertan TRC en Puno

Años	Amantaní			Uros			Taquile			Sillustani		
	Nac	Extran	Total	Nac	Extran	Total	Nac	Extra n	Total	Nac	Extra n	Total

2004	11.987	36.170	48157	36.322	49.320	85642	13.680	48.180	61860			0
2005	10.951	28.515	39466	32.115	57.599	89714	7.877	49.555	57432	6.994	62.150	69144
2006	11.958	30.280	42238	36.969	64.771	101740	13.950	57.580	71530	10.197	52.364	62561
2007	13.438	38.862	52300	35.030	56.371	91401	9.679	61.205	70884	16.184	52.141	68325
2008	12.689	36.256	48945	29.023	52.263	81286	15.419	74.463	89882	12.188	79.931	92119
2009	12.200	38.261	50461	19.380	46.465	65845	14.074	71.959	86033	9.420	41.648	51068
2010	13.561	38.208	51769	29.506	54.610	84116	14.009	79.431	93440	16.155	48.091	64246
2011	6.566	24.539	31105	13.244	38.886	52130	8.516	55.730	64246	12.336	40.648	52984

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura – Puno

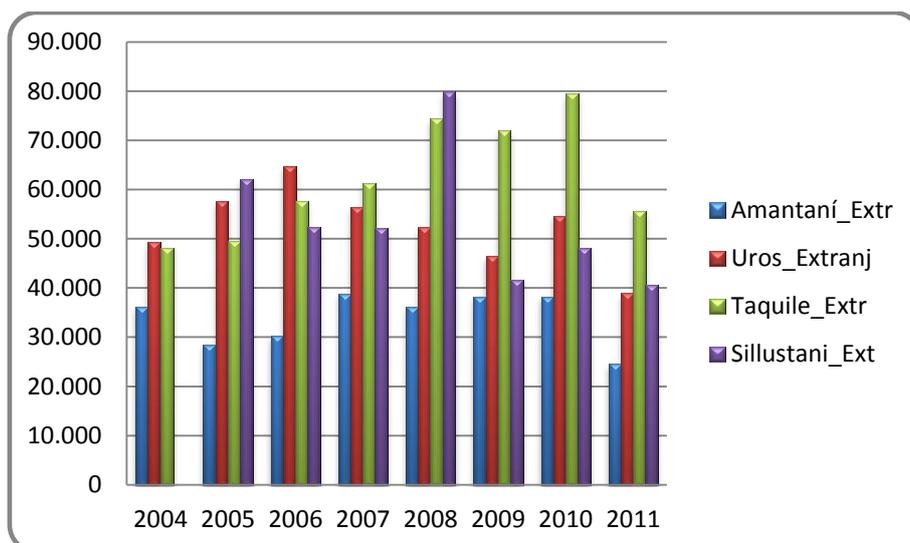
Figura 15. Visita de turistas nacionales a comunidades que ofertan TRC en Puno



Fuente: Elaboración propia basada en información del MINCETUR

Asimismo, en las gráficas 15 y 16 muestran la evolución de demanda o visita turística de los nacionales y extranjeros en las islas Uros, Amantani y Taquile, asimismo, la visita a Sillustani entre los periodos 2004 al 2011 (setiembre), por lo que es necesario tener en cuenta el comportamiento y las razones de preferencia por el lugar que visitan, sin embargo, este estudio no lo considera, puesto que implicaría realizar un estudio de mercado en cada una de las zonas. Por tanto, en la gráfica 15 puede notarse que el lugar más visitado por el turista nacional es la isla los Uros, Sillustani, Taquile y finalmente Amantani.

Figura 16. Visita de turistas extranjeros a comunidades que ofertan TRC en Puno



Fuente: Elaboración propia basada en información del MINCETUR

Asimismo, la evolución de visitas de turistas extranjeros entre el período 2004 – 2011 ha mostrado una evolución creciente, por lo que, el orden de visita anual se tiene a Taquile, Sillustani, Uros y finalmente Amantani (Ver gráfico 16).

5.1.6 Análisis de las tendencias de mercado de turismo rural

Tabla 36. Tendencias del mercado de turismo tradicional y rural

<p>Condicionantes económicos</p>	<p>El entorno económico internacional, se caracteriza por una situación de recesión y estancamiento en las principales áreas económicas (Estados Unidos, Japón, Europa, América Latina, y principales países emergentes) que dificulta las previsiones de crecimiento.</p> <p>El desarrollo, implantación y uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, está favoreciendo la competitividad de los sectores económicos.</p> <p>Globalización de los mercados y la internacionalización de las economías y sociedades.</p> <p>Las crecientes exigencias y demandas de los ciudadanos, consumidores y usuarios, respecto a los productos y servicios.</p> <p>La necesidad de fragmentación y segmentación de mercados, por la gran diversidad de productos y servicios demandados por los clientes.</p> <p>La importancia de las infraestructuras públicas y privadas como instrumento de competitividad y crecimiento económico.</p>
<p>Condicionantes territoriales</p>	<p>El papel estratégico de las ciudades en el crecimiento económico y en el proceso de competitividad territorial y espacial.</p>
<p>Condicionantes ecológicos</p>	<p>El turismo de masas genera el uso y consumo de muchos recursos locales (agua, energía, etc.), así como de infraestructuras (transporte, tráfico, etc.) y servicios (seguridad, limpieza, gestión de residuos).</p> <p>La conciencia medioambiental en el sector turismo está creciendo y en las zonas más desarrolladas (Baleares y Canarias) se está legislando para conseguir un desarrollo más sostenible y respetuoso con el medio ambiente.</p> <p>La falta de compromiso del sector empresarial con los valores de respeto y protección del medio ambiente.</p>
<p>Condicionantes sociales</p>	<p>La liberación femenina y la integración de la mujer en el ámbito social y económico.</p> <p>La doble valoración del ocio, como nueva tendencia de consumo e instrumento que favorece la calidad de vida.</p> <p>Las nuevas formas de familia como unidad de referencia social.</p>

Condicionantes culturales	<p>La convivencia en el ámbito local de la identidad y diversidad cultural.</p> <p>El fuerte desarrollo de la “economía del entretenimiento” como fenómeno cultural y económico. Los hábitos de consumo están favoreciendo el incremento de los gastos dedicados a la cultura, al ocio y el entretenimiento.</p>
----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Las tendencias de mercado está relacionado al crecimiento del turismo como factor económico y de calidad de vida, por lo que, es muy sensible a la situación económica de los turistas, a su cambio de hábitos relacionado con las diferentes formas de gestión de su tiempo libre y de ocio, y a la importancia que le están dando al tema de la seguridad personal.

Por tanto, el turismo rural al igual que el tradicional está sujeto o condicionado por una serie de tendencias que se están manifestando en su entorno, como se muestra en el cuadro 33. Lo más favorable para el entorno de turismo rural en Amantaní y otros lugares que ofertan servicios similares es que la tendencia más notable es el incremento de preferencias por un turismo diferente al de sol y playa, por lo que, resulta una oportunidad y riesgo a la vez, puesto que al incrementar las visitas o arribos se corre el riesgo de un efecto negativo en el medio ambiente, ya que con fines de mejora de servicios se tiene que realizar infraestructuras y uso de recursos naturales.

Asimismo, en el año 2005, Puno en especial el lago Titicaca estaba en el puesto 56 como principales destinos turísticos del Perú, sin embargo, al 2009 según el MINCETUR indica que Puno conjuntamente con el tipo de turismo rural comunitario se encuentra entre los 10 mejores destinos turísticos más visitados en todo nuestro país, sin embargo, en el puesto 18 como principal destino turístico. Asimismo, llamativo para los turistas por ser considerado el Titicaca como el lago navegable más alto del mundo y por poder compartir experiencias con sus pobladores.

5.2 Identificación de puntos fuertes y débiles del destino turístico de Amantani.

Tabla 37. Análisis Interno del destino turístico de Amantani

FORTALEZAS	DEBILIDADES
El lago Titicaca es un atractivo de categoría nacional y mundial.	Inexistencia de planes de desarrollo económico y lineamientos.
El lago Titicaca (islas) está considerado en el puesto 18 como principal destino turístico del Perú.	Servicio de transporte lacustre lento hacia la isla. Servicios de hospedajes de baja calidad.
Involucramiento directo e indirecto de la población local en el desarrollo de la oferta turística.	No existe promoción de alianzas con las comunidades aledañas en buenos términos de negociación
Se cuenta con una tradición textil y diversidad artesanal.	Servicios higiénicos (letrinas) muy deficientes y poco higiénicas.
Se tiene experiencia en brindar servicios turísticos.	Servicios de alimentación poco diversos.
Las nueve comunidades prestan servicios de hospedaje y alimentación	Acumulación de desechos sólidos (basura).
Existen embarcaciones de transporte turístico.	No hay interés real o potencial de socios-responsables que contribuyan y/o aporten a la comercialización de los productos y servicios de TRC
Interés por participar en temas de organización y gestión turística.	
Los pobladores desean mejorar la calidad de sus servicios.	Malestar entre las familias, agencias y guías de turismo.
Se tiene recursos naturales, flora y fauna	Visita turística es explicativa, (tradicional) más no vivencial.
Existencia y desarrollo de actividades complementarias actuales y/o potenciales.	Inexistencia de guías locales en las islas.
Amantani tiene manifestaciones de riqueza cultural-ancestral.	Atractivos turísticos relativamente descuidados.
Existen sitios arqueológicos-ceremoniales.	Personas de bajos niveles de ingreso y educación.
Organización de tipo comunal	Débil proceso de asociatividad entre las familias
Organización diferenciada en cada comunidad	Deficiente organización entre las familias que brindan servicios turísticos.
Turismo rural como actividad complementaria a otras actividades.	
Fuente: Elaboración propia	
Las principales fortalezas y debilidades identificadas se muestran en el cuadro	

37, donde se especifica 16 fortalezas y 15 debilidades, que permite elaborar el cuadro 38, donde se muestra la calificación de éstas; asimismo, para tener un resultado interno, las debilidades se califican con -3, -2 y -1 que significa que la debilidad es alta, media o baja respectivamente; asimismo, las fortalezas siguen el mismo proceso, se califica con 3, 2 y 1 que indica que la fortaleza es alta, media y baja respectivamente. Esta calificación permite seleccionar cinco 5D y 5F. Asimismo, las sumatorias de ambos aspectos es de -37D y +33F, por lo que se concluye que se tiene más debilidades (-4) que fortalezas. Asimismo, ésta selección de cinco de cada F y D se muestra en el cuadro 41.

Tabla 38. Factores y variables para el análisis interno de la isla Amantani

FACTORES Y VARIABLES	DEBIILIDADES			FORTALEZAS		
	-3	-2	-1	1	2	3
Gobierno						
Inexistencia del planes de desarrollo económico local	X					
Inexistencia de lineamientos firmes para TRC		X				
No existe promoción de alianzas con las comunidades aledañas		X				
Desarrollo de PIP con fines de mejora en infraestructura						X
Débiles o inexistentes políticas de promoción turística		X				
Factores básicos						
Existen sitios arqueológicos-ceremoniales.						X
Se cuenta con una tradición textil y diversidad artesanal.						X
Amantani tiene manifestaciones de riqueza cultural-ancestral.						X
Se tiene recursos naturales, flora y fauna						X
Atractivos turísticos relativamente descuidados.			X			
Infraestructura y equipamiento						
Existen embarcaciones de transporte turístico.					X	
Servicio de transporte lacustre lento hacia la isla.			X			
Servicios de hospedajes de baja calidad.		X				
Utilización de materiales no originarios de la zona en las viviendas.			X			
Malestar entre las familias, agencias y guías de turismo.			X			
Servicios higiénicos (letrinas) muy deficientes y poco higiénicas.		X				
Acumulación de desechos sólidos (basura).		X				

Servicios de alimentación poco diversos.			X			
Involucrados						
Se tiene experiencia en brindar servicios turísticos.						X
Todas las comunidades prestan servicios de hospedaje/alimentac			X			
Involucramiento directo/indirecto de los pobladores en el TRC.						X
Interés por participar en temas de organización y gestión turística.					X	
Inexistencia de guías locales en las islas.	X					
Los pobladores desean mejorar la calidad de sus servicios.					X	
Organización diferenciada en cada comunidad		X				
Deficiente organización entre las familias que brindan servicios t		X				
Turismo rural como actividad complementaria a otras actividades.					X	
Visita turística es explicativa, (tradicional) más no vivencial.	X					
Grupos de interés						
Existencia/dslo de activ.complementarias actuales y/o potenciales.					X	
Personas de bajos niveles de educación.			X			
Pobladores con bajos niveles de ingresos.		X				
Débil proceso de asociatividad entre las familias	X					
Interés de responsables para contribuir en mejorar prod. y servicios					X	
TOTAL	-12	-18	-7	0	12	21
Fuente: Elaboración propia basada en la información disponible.						
Donde: Debilidades (-1=baja, -2=media, -3=alta); y, Fortalezas (1=baja, 2=media, 3=alta)						Resultado = -37+33=-4D

5.3 Identificación de oportunidades y amenazas (riesgos) del destino turístico de Amantani.

Tabla 39. Análisis Externo del destino turístico de Amantani

OPORTUNIDADES	AMENAZA (RIESGOS)
El turismo rural, de naturaleza y culturas vivas tienen una demanda creciente a nivel mundial.	Incremento de niveles de contaminación de la bahía de Puno.

Hay un incremento en el flujo de arribos de turismo nacional y extranjero.	Incremento de niveles de contaminación en islas
Existen políticas y acuerdos de promoción y facilitación turística a nivel nacional e internacional.	Actitud mercantilista de operadores turísticos (agencias y guías).
Las instituciones públicas y privadas, realizan capacitaciones a los pobladores para dar un mejor trato y servicio al turista.	Incremento desmedido y desorganizado de oferta de servicios.
Actualmente los municipios incluyen al sector turismo en sus planes estratégicos.	La inestabilidad socio económica (paros, huelgas).
Existencia de elementos, vinculados al medio rural y sus componentes culturales y naturales, de interés por el visitante	Rebote de violencia en Puno y en todo el país.
El turismo rural es una actividad complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural	Competencia de TRC en varias comunidades alrededor del lago Titicaca.
El lago Titicaca es un atractivo de categoría nacional y mundial.	No existen previsiones para minimizar riesgos e impactos negativos sobre el patrimonio natural, cultural y humano.
El lago Titicaca (islas) está considerado en el puesto 18 como principal destino turístico del Perú.	
Fuente: Elaboración propia	

Para la isla Amantaní se ha identificado nueve (09) oportunidades y ocho (08) amenazas o condiciones de riesgo (Cuadro 39). Asimismo, con la información anterior permite elaborar en cuadro 40, donde se tiene los factores y variables del análisis externo, resultado que se adaptó para seleccionar las principales amenazas y oportunidades para elaborar la matriz DAFO. La metodología para esta selección consiste en calificar cada una de las amenazas con valores de -3, -2 y -1 como amenaza alta, media y baja respectivamente; asimismo, las oportunidades se califica con valores de 3, 2 y 1 que significa oportunidad alta, media y baja respectivamente. Siguiendo este proceso, se tiene las 5O y 5A de la isla Amantaní, las cuales se encuentran sombreadas como (X), sumando todas las columnas en cada una de las calificaciones, se tiene un total cuantitativo de -21 de amenazas frente a 25 de oportunidades, y esta diferencia es de +4, signo positivo que manifiesta que se tiene más oportunidades que amenazas.

Tabla 40. Factores y variables para el análisis externo de la isla Amantani

FACTORES Y VARIABLES	AMENAZAS			OPORTUNIDADES		
	-3	-2	-1	1	2	3
Gobierno e instituciones						
Existen políticas y acuerdos de promoción y facilitación turística a nivel nacional e internacional.					X	
Las instituciones públicas y privadas, realizan capacitaciones a los pobladores						X
Los Municipios provinciales incluyen al sector turismo en sus planes estratégicos.					X	
Condiciones de la demanda						
El turismo rural, de naturaleza y culturas vivas tienen una demanda creciente a nivel mundial.						X
Hay un incremento en el flujo de arribos de turismo nacional y extranjero .						X
Tendencias de la demanda mundial hacia los productos turísticos no tradicionales.						X
Entorno						
Existencia de elementos vinculados al medio rural y sus componentes culturales-naturales.						X
El lago Titicaca es un atractivo de categoría nacional y mundial.					X	
El lago Titicaca (islas) está considerado en el puesto 18 como principal destino turístico del Perú.					X	
Competencia						
Organización de tipo comunal					X	
Actitud mercantilista de operadores turísticos (agencias y guías).		X				
Incremento desmedido y desorganizado de oferta de servicios en otras comunidades.	X					
Competencia de TRC en varias comunidades alrededor del lago Titicaca.	X					
No hay desarrollo de cadenas productivas en turismo	X					
Externalidades						
Incremento de niveles de contaminación de la bahía de Puno.		X				
Incremento de niveles de contaminación en islas		X				
No existe previsiones para minimizar riesgos/impactos negativos en el patrimonio natural, cultural y hh.		X				

Sociales						
La inestabilidad socio económica (paros, huelgas).		X				
Rebrote de violencia en Puno y en todo el país.		X				
TOTAL	-9	-12	0	0	10	15
Fuente: Elaboración propia basada en la información disponible.						
Dónde: Amenazas (-1=baja, -2=media, -3=alta); y, Oportunidades (1=baja, 2=media, 3=alta)		Resultado: $-21+25 = + 4$ (Oportunidad)				

5.4 Diseño de estrategias del destino turístico de Amantaní

Tabla 41. Calificación de análisis Interno-Externo (FO, FA, DO y DA) del TRC de Amantaní

		Análisis Externo											
		OPORTUNIDADES					AMENAZAS					TOTAL	
		Las instituciones públicas y privadas, realizan capacitaciones a los pobladores	El turismo rural, de naturaleza y culturas vivas tienen una demanda creciente a nivel mundial.	Hay un incremento en el flujo de arribos de turismo nacional y extranjero.	rural y sus componentes culturales-naturales. Tendencias de la demanda mundial hacia los productos turísticos no tradicionales.	Existencia de elementos vinculados al medio (agencias y guías).	oferta de servicios en otras comunidades. Acentuación de la demanda de operadores turísticos	Incremento del turismo y desorganización de alrededor del lago Titicaca.	Competencia de TRC en varias comunidades (huelgas).	riesgos/impactos negativos en el patrimonio cultural y patrimonio económico (paros, huelgas).	Patrimonio cultural y patrimonio económico (paros, huelgas).		
Análisis Interno	FORTALEZAS	Desarrollo de PIP con fines de mejora en infraestructura en Amantaní	2	2	2	2	1	3	1	13			
		Amantaní tiene manifestaciones de riqueza cultural-ancestral.		1	2	2	3	2	3	13			
		Se tiene recursos naturales, flora y fauna	2	2	3	2	3	2	2	14			
		Se tiene experiencia en brindar servicios turísticos.	3	2	2	2	3	3	1	2	21		
		Involucramiento directo/indirecto de Los pobladores en el desarrollo del TRC.	3	3	3	2	1	2	2	2	18		
	DEBILIDADES	Inexistencia del planes de desarrollo económico local	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	25
		Inexistencia de guías locales en las islas.		2	2	2	3	2	2	2	1	16	
		Visita turística es explicativa, (tradicional) más no vivencial.		2	2	2	3	1	3	3	1	17	
		Pobladores con bajos niveles de educación e ingresos.	1	1	1	2	2	1	2	3	2	2	17
		Débil proceso de asociatividad entre las familias	2	1	1	3	3	3	2	2	1	18	
TOTAL		16	19	21	22	23	14	17	24	4	12	100	

Valores de los cuadrantes	Valor celdas	Celdas con valor	Valor promedio
Cuadrante FO	51	22	2,3
Cuadrante FA	28	15	1,9
Cuadrante DO	50	23	2,2
Cuadrante DA	43	22	2,0

Fuente: Elaboración propia

Los resultados del cuadro anterior indican que Amantaní debe aprovechar sus fortalezas frente a la oportunidades que tiene en las tendencias del mercado (FO=2,3), asimismo, es urgente superar las debilidades para tener en cuenta las oportunidades que surgen para el TRC en el mundo. Este resultado, permite armar una serie de estrategias que se muestran en el cuadro siguiente (Cuadro 42).

Tabla 42. Diseño de estrategias en TRC de Amantaní

		Análisis Externo	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		a los pobladores privadas, realizan capacitaciones creciente a nivel mundial culturas vivas tienen una demanda extranjera arribos de turismo nacional y turístico, no tradicionales mundial hacia los productores componentes culturales-naturales vinculados al medio rural y sus operadores turísticos (agencias y	minimizar riesgos/impactos negativos en el patrimonio natural, La inestabilidad socio económica (paros, huelgas), comunidades alrededor del lago Titicaca desorganizado de oferta de servicios en otras comunidades operadores turísticos (agencias y
Análisis Interno	FORTALEZAS	Desarrollo de PIP con fines de mejora en infraestructura en Amantaní	F4.A5. Superar las actividades mercantilistas de operadores turísticos con la experiencia y organización de la población. F1.A5. Aprovechar los PIPs para valorar económicamente los bienes no mercadeables como los recursos naturales que
		Amantaní tiene manifestaciones de riqueza cultural-ancestral.	
		Se tiene recursos naturales, flora y fauna	
		Se tiene experiencia en brindar servicios turísticos.	
		F2.O4: Aprovechar las manifestaciones de cultura en el escenario de las tendencias de preferencia por un turismo no tradicional. F4.O5: Utilizar la experiencia de los pobladores con actores de instituciones públicas y privadas para	

	Involucramiento directo/indirecto de Los pobladores en el desarrollo del TRC.	aprovechar el incremento de flujo turístico.	cuenta la isla.
DEBILIDADES	Inexistencia del planes de desarrollo económico local	D1. O1.O3: Elaborar un plan de desarrollo comunal de turismo rural con fines de tener una prospectiva de la satisfacción de afluencia turística. D3.O3. Mejorar el nivel de calidad de servicios turísticos ofertados en hospedaje, alimentación, guiado y actividades complementarias.	D5.A2. Fortalecer la asociatividad entre las comunidades de Amantaní a través de mecanismos de competencia. D4.A3: Propiciar una eficiente organización y gestión entre las familias para brindar servicios con precios justos y generen utilidades razonables.
	Inexistencia de guías locales en las islas.		
	Visita turística es explicativa, (tradicional) más no vivencial.		
	Pobladores con bajos niveles de educación e ingresos.		
	Débil proceso de asociatividad entre las familias		

Fuente: Elaboración propia

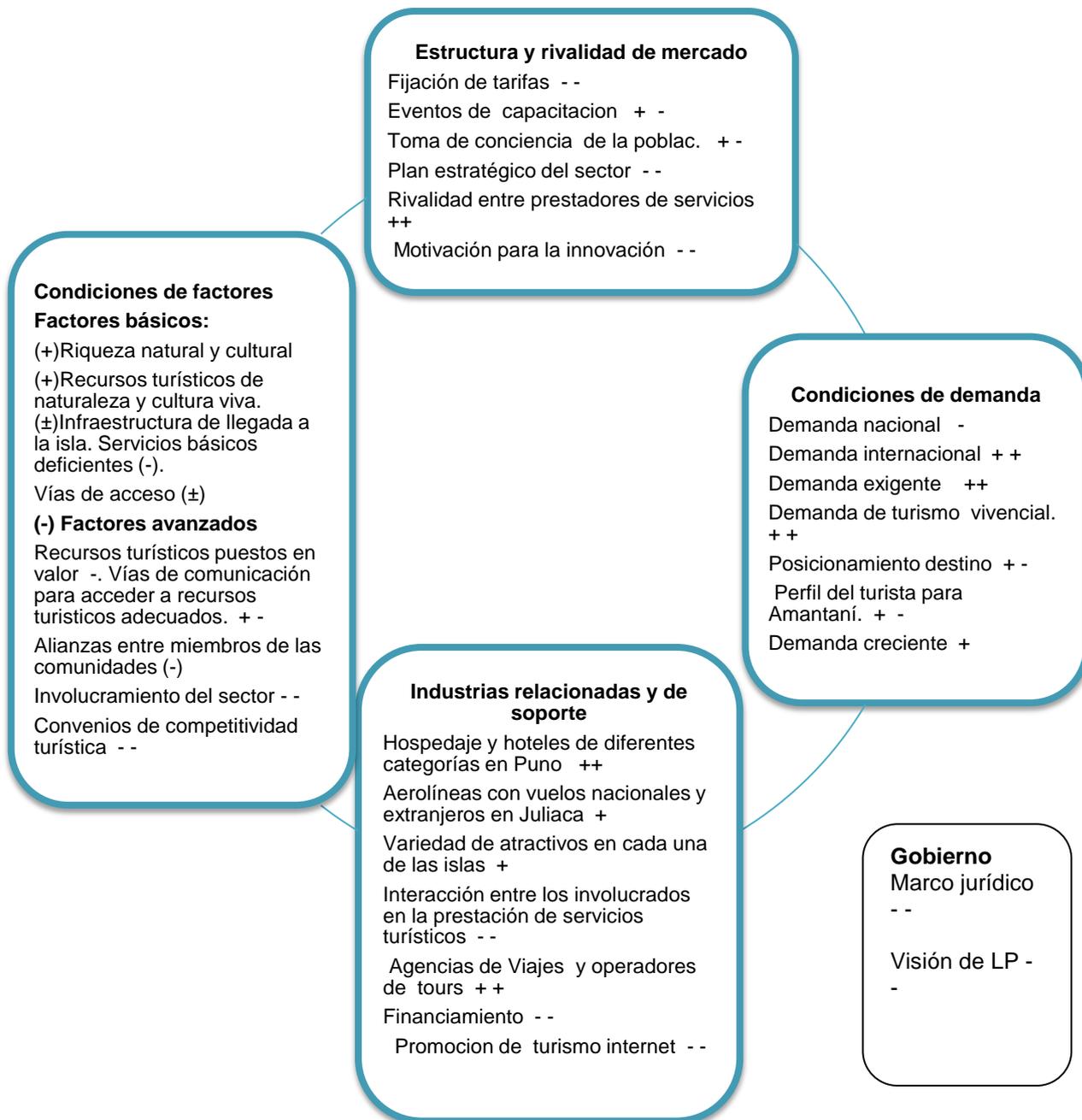
Por tanto, las principales estrategias para ser competitivos dentro del Turismo Rural Comunitario para Amantaní se menciona:

- a. Aprovechar las manifestaciones de cultura en el escenario de las tendencias de preferencia por un turismo no tradicional.
- b. Utilizar la experiencia de los pobladores con actores de instituciones públicas y privadas para aprovechar el incremento de flujo turístico,
- c. Superar las actividades mercantilistas de operadores turísticos con la experiencia y organización de la población,
- d. Aprovechar los PIPs para valorar económicamente los bienes no mercadeables como los recursos naturales que cuenta la isla,
- e. Elaborar un plan de desarrollo económico local con fines de tener una prospectiva de la satisfacción de afluencia turística,
- f. Mejorar el nivel de calidad de servicios turísticos ofertados en hospedaje, alimentación, guiado y actividades complementarias,
- g. Fortalecer la asociatividad entre las comunidades de Amantaní a través de mecanismos de competencia,

- h. Propiciar una eficiente organización y gestión entre las familias para brindar servicios con precios justos y generen utilidades razonables.

Con las estrategias plasmadas en la matriz anterior, permite diseñar el diamante de competitividad de Porter, la cual fue adaptada a la isla Amantaní en cuanto al servicio turístico rural que ofrece (Ver gráfico 17), por lo que debe ser un reto/meta “mejorar día a día el servicio en busca de la competitividad”, reto que deben asumir cada uno de los pobladores que directa o indirectamente están relacionados al TRC, los gobiernos locales, regionales, instituciones públicas y privadas, con el fin de lograr un mejor nivel de vida, mejores niveles de ingreso, y sobre todo genere bienestar social en las comunidades rurales.

Figura 17. Diamante actual de competitividad para el turismo rural en Amantani



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

1. La isla de Amantaní tiene como vocación principal la actividad agrícola de una cultura de autoconsumo y secundado por la actividad turística que representa el 49 % de familias que se ocupan en el sector; resaltando las comunidades que pertenecen al sector A: Occosuyo y Colquicachi con 77% y 79% respectivamente. Asimismo, dentro de la oferta turística resalta el turismo cultural y natural destacándose como atractivos turísticos los cerros de Pachatata y Pachamama que son centros ceremoniales importantes.
2. En cuanto a los servicios de hospedaje es cómodo, cálido relativamente limpio con servicios higiénicos básicos en su mayoría carentes de ducha, en la alimentación se destaca la cocina a fogón y utensilios de arcilla; teniendo las habitaciones una tasa de ocupabilidad de 9.9 %.
3. Por el lado de la demanda, el arribo de turistas representa solo el 13% al año 2009 dentro del total de la región Puno, los turistas extranjeros representan al 2010 el 73.8% y los nacionales el 26.2%, en cuanto a genero el 54% son varones y 46% son mujeres, existe fuerte presencia de americanos 21% y europeos 12 %. En relación a los otros destinos tradicionales se encuentra en tercer lugar después de Uros y Taquile. Es necesario resaltar que en los últimos años han aparecido otros lugares del cual no se posee información.
4. Los puntos fuertes que pueden ayudar a ser competitivos a la Isla, se puede señalar: Posibilidad de desarrollar Proyectos de Inversión Pública (PIPs), manifestaciones de riqueza cultural ancestral, recursos naturales de flora y fauna, experiencia de brindar servicios turísticos y el involucramiento directo e indirecto de los pobladores para el desarrollo del turismo rural comunitario. Dentro de las debilidades se puede señalar: Inexistencia de Planes de Desarrollo Turístico Rural, inexistencia de Guías Locales, visita turística es explicativa mas no vivencial y débil proceso de asociatividad entre las familias.
5. Se ha identificado los principales aspectos de su entorno externo las que se señala como amenazas: Incremento desmedido y desorganizado de

oferta de servicios en otras comunidades, competencia de Turismo Rural Comunitario en varias comunidades alrededor del lago Titicaca. Como oportunidad se tiene: Capacitación que realizan las instituciones públicas y privadas, la demanda creciente de turismo rural y naturaleza, incremento del flujo turístico y tendencias de demanda hacia productos turísticos no tradicionales.

6. Las principales estrategias para ser competitivos dentro del Turismo Rural Comunitario para Amantaní se menciona: a) Aprovechar las manifestaciones de cultura en el escenario de las tendencias de preferencia por un turismo no tradicional. b) Utilizar la experiencia de los pobladores con actores de instituciones públicas y privadas para aprovechar el incremento de flujo turístico, c) Superar las actividades mercantilistas de operadores turísticos con la experiencia y organización de la población, d) Aprovechar los PIPs para valorar económicamente los bienes no mercadeables como los recursos naturales que cuenta la isla, e) Elaborar un plan de desarrollo económico local enfocada al turismo rural con fines de tener una prospectiva de la satisfacción de afluencia turística, f) Mejorar el nivel de calidad de servicios turísticos ofertados en hospedaje, alimentación, guiado y actividades complementarias, g) Fortalecer la asociatividad entre las comunidades de Amantaní a través de mecanismos de competencia, h) Propiciar una eficiente organización y gestión entre las familias para brindar servicios con precios justos y generen utilidades razonables.

RECOMENDACIONES

1. Formular los Instrumentos de Gestión Institucional, tales como el Plan Estratégico Institucional, Planes de Desarrollo Económico Local entre otros, para una gestión pública eficiente e eficaz.
2. Propiciar la formación de Clústers Turísticos que permitan promover la asociatividad de las familias y ser competitivos dentro del mercado regional, nacional e internacional.
3. Realizar promociones agresivas utilizando todos los medios de comunicación, acerca de las bondades que ofrece Amantaní, una para el mercado nacional y otra para el mercado extranjero.
4. Generar una conciencia en la población, de mejorar la calidad en los servicios que permita dinamizar su competitividad, creando ventajas competitivas.
5. Realizar una investigación de competitividad tanto en oferta y demanda en Amantaní y otros lugares como Taquile, Sillustani, entre otras para comparar y superar las debilidades del sector turístico rural en Puno. Asimismo, se sugiere realizar talleres con la participación de los pobladores, autoridades y público en general con fines de involucramiento en el desarrollo del turismo en Puno.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguilar C., Porfirio. 2009. La Planificación Turística En El Marco Del Turismo Sostenible. “Primer foro internacional de turismo sostenible PUCP”- DIRCETUR - Puno.
2. Amorós R. E & Torres B. J.A. (2003). Turismo en Lambayeque: Reto a la Competitividad. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Centro de competitividad. Documento de trabajo, CCDT 018, setiembre, Lambayeque – Perú.
3. Asencios, Raúl (2008). Perfil del Turista Rural Comunitario. PROMPERU, Lima– Perú
4. Arteaga E, De la Cruz M, Redhead A & Toyofuku Cynthia (2007). Turismo Competitivo en Arequipa. CENTRUM, Centro de negocios, Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima – Perú.
5. Baldárrago Elin (2006). Turismo y desarrollo económico local: El caso del Cañón del Colca en la Provincia de Caylloma - Arequipa. Consorcio de Investigación Económica y Social – CIES. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa – UNSA.
6. Bravo Cabria, M. S. (2004). “La competitividad del sector turístico”. Boletín Económico. Banco de España, 9:1-18.
7. Carballo F, Gonzalo (2003). El turismo rural como promotor del empleo y las microeconomías en el desarrollo territorial rural. Departamento de Turismo Rural. Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad de la Empresa. Montevideo – Uruguay.
8. Cari Mamani, R. (2006). "Oferta del agroturismo en la isla de Amantaní". Universidad Nacional del Altiplano - Puno. Facultad de ciencias sociales. Escuela profesional de turismo.
9. CEPAL (2001) Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del turismo centroamericano
10. Crouch, G.I. & Ritchie, J.R.B. (1999): “Tourism, competitiveness and societal prosperity”. *Journal of Business Research*, 44:137-152.
11. Crouch, G.I. & Ritchie, J.R.B. (2003): “Tourism, competitiveness and societal prosperity”. *Journal of Business Research*, 44:137-152.

12. De Amat, Gamaliel (1999) "Isla Taquile, paisaje, cultura y turismo", Puno – Perú.
13. De Keyser, R. Y Vanhove, N. (1994). "The competitive situation of tourism in the Caribbean area-Methodological approach". *Revue de Tourisme*, 3:19-22.
14. Díaz Pérez, F.M. (2006): *Política turística: La competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos*. Tirant Lo Blanch, Valencia.
15. Dwyer, L. Y Kim, CH. (2002): "Destination Competitiveness: A Model and Determinants", *Turismo Net, Biblioteca de Estudios Empresariales*. Universidad de Sevilla, pp 1-12.
16. Dwyer, L. Y Kim, CH. (2003): "Destination Competitiveness: Determinants and indicators". *Current Issues in Tourism*, 6(5):369-414.
17. Enright, M.J. Y Newton, J. (2004): "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach". *Tourism Management*, 25:777-788.
18. Flores Cordero, FANY M. (2005). "Análisis de rentabilidad de servicios turísticos de hospedaje y alimentación de la isla Amantaní periodo 2000-2004". Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ingeniería Económica, Puno – Perú.
19. Flores Ruiz, D. Y Barroso González, M. (2009): *Análisis de la competencia en la actividad turística*. Septem ediciones, Oviedo.
20. Garau Taberner, J. (2006): "Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda". *XV Simposio Internacional de turismo y ocio*, ESADE-Fira Barcelona.
21. Gascón Jordi (s.f.), en su estudio "El turismo como factor de globalización: Un caso Andino"- *Acción por un turismo responsable*
22. González, R.C. Y Mendieta, M.D. (2009): "Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos". *Cuadernos de Turismo*, 23:111-128.
23. Gooroochurn, N. Y Sugiyarto, G. (2005): "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry". *Tourism Economics*, 11 (1):25-43.
24. Hong, W. (2009): "Global competitiveness measurement for the tourism sector". *Current Issues in Tourism*, 12(2):105-132.

25. INEI (2005) -Tecnologías de Información y Comunicaciones en los Hogares. Dirección Técnica de Demografía e Indicadores Sociales. ENAHO 2003/2004, Lima, Agosto.
26. INEI - Censos Nacionales 2007, XI de Población y VI de Vivienda
27. Kozak, M.; Rimmington, M. (1999): "Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings". *International Journal of Hospitality Management*, 18:273-283.
28. Leal de Rodríguez, María M (2008) - Propuesta de turismo rural para la región andina, Resumen Consultora IICA. Consultoría en Turismo Rural.
29. MINCETUR (2008). *Lineamientos para el desarrollo del turismo rural comunitario en el Perú*
30. MINCETUR.(2010). Perú: Indicadores básicos para el análisis del turismo desde una perspectiva económica. Oficina General de Estudios Económicos, Año 05 - N° 04, Diciembre.
31. Navickas, V. Y Malakauskaite, A. (2009): "The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors". *Engineering Economics*, 1(61):37-44.
32. PENTUR (2008-2018), Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Perú.
33. PUCP (2009). Plan estratégico nacional de Turismo, "I FORO INTERNACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE", Pontificia Universidad Católica del Perú, 25 - 27 Marzo, Lima – Perú.
34. Pulido Fernández, J.I. Y Sánchez Rivero, M. (2009): "Measuring tourism sustainability: proposal for a composite index". *Tourism Economics*, 15 (2):277-296. DIÉGUEZ, GUEIMONDE, SINDE, BLANCO/ CULTUR / ANO 5 - N° 02 - AGO (2011).
35. Roa A & Correa Carolina (2007). Estrategias que contribuyen al fortalecimiento de la competitividad del sector eco turístico en Colombia a nivel internacional. Caso Parque Nacional Natural Tayrona. Universidad de los Andes. Bogotá D.C.
36. Quinteros P. P, Bernal C & López Héctor (La competitividad turística de Cartagena de Indias: Análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Alianza del Observatorio del Caribe Colombiano y la Cámara de Comercio de Cartagena, Bogotá – Colombia.

37. Porter, Michael (1999). Ser Competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones. Bilbao, Editorial Deusto.
38. Sánchez Rivero, M. Y Fajardo Caldera, M.A. (2004): "La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños". *I Jornadas de Economía del Turismo*. Palma de Mallorca, 28, 29 Mayo, pp. 1-21.
39. www.titicacaperu.com/es/mapa-titicaca.html

ANEXOS

ANEXO 01. Acciones del estado para generar competitividad en el sector turismo

Acción del Estado		Impacto sobre la competitividad
Ámbito de acción	Acción específica	Resultados de la acción.
Recursos turísticos.	Categorización y jerarquización de RR turísticos.	Permitir a las empresas conocer el potencial turístico de los recursos de un destino.
Infraestructura básica	Plan COPESCO	Formular, evaluar, coordinar, ejecutar y supervisar PIPs de dslo turístico.
Ordenamiento territorial y planificación	PENTUR/CALTUR	Planificación nacional para el dslo sostenible del turismo y mejorar su la calidad.
	Zona de dslo turístico prioritario (ZDTP)	Promover el dslo planificado de RR turísticos con nivel jerárquico.
	Sistema de información geográfica	Herramienta de análisis para identificar inversiones estratégicas
Presupuesto	Ley 27889. Fondo para la promoción y Dslo Turístico Nacional	Promocionar y desarrollar los productos turísticos.
Recursos humanos capacitados	Proyecto FIT Perú	Incrementar la cultura de acogida en la población.
	Talleres de capacitación a los GR, GL y sociedad civil	Mejorar la gestión pública del sector.
	Manuales de buenas prácticas	Mejorar la calidad de los servicios turísticos.
	Programa Turural Perú	Mejorar capacidades para el desarrollo del TRC.
Usos sostenible de recursos	Ley General de Turismo	Promover usos sostenible de los recursos turísticos
	Política Ambiental de turismo	Para el logro del desarrollo sostenible del país.
	Manejo de buenas practicas ambientales.	Promover la gestión ambiental de los prestadores de servicios turísticos.
Reportes estadísticos	Arribos a establecimientos de hospedaje	Herramienta para conocer y mejorar la ocupabilidad hotelera.
	Ingresos a los recursos turísticos	Herramienta para identificar al turista químicamente puro.
	Cuenta satélite de turismo	Posicionar al turismo como una act econ importante en el país.
	Encuesta de viajero residente	Herramienta de análisis para mejorar las estrategias enfocadas en el turismo interno.

Estudios de demanda	Perfiles de turista extranjero y del vacacionista nacional.	Herramienta para identificar características y patrones de consumos en un determinado grupo de turistas.
	Niveles de satisfacción de turistas receptivos e internos.	Estudios para evaluar la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros frente a los servicios recibidos durante sus viaje.

Fuente: MINCETUR, 2010

ANEXO 02. Precio de productos artesanales en la isla Amantani

PRODUCTO - ARTESANAL	Precios 2005 (S/.)	Precios 2008 (S/.)
Chompa suéter	45,00	50,00
Chompa manga	65,00	70,00
Chaleco de músico	35,00	40,00
Chaleco de damas	40,00	45,00
Chaleco de músico (pequeño)	25,00	30,00
Chaleco de diario	25,00	30,00
Chullo de soltero	25,00	30,00
Chullo de oreja	25,00	30,00
Chullo de color	30,00	35,00
Camisa jerga	25,00	30,00
Mochila o bolso	25,00	30,00
Boina	12,00	25,00
Guantes	20,00	30,00
Chalina de bayeta	10,00	20,00
Faja ancha	38,00	45,00
Faja mediana	30,00	35,00
Faja angosta	25,00	30,00
Mochila para dama	25,00	32,00
Chuspas	25,00	35,00

Fuente: Precios de tienda artesanal - Isla Amantani

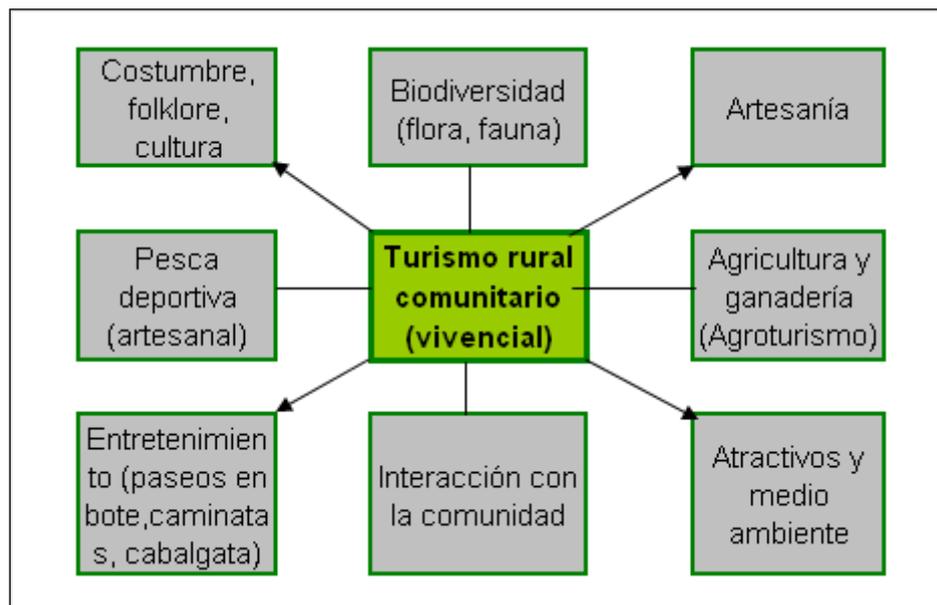
ANEXO 03. Destinos de turismo rural vivencial en Puno

Nombre	z/R/P/D *	Forma de gestión	Estado	Tipología
Amantani	8/Puno/Puno/Amantani	Varias Empresas	Real	Turismo

				vivencial
Taquile	8/Puno/Puno/ Amantani	Varias Empresas	Real	Turismo vivencial
Atuncolla	8/Puno/Puno/ Atuncolla	Comunidad, ONG, CEDESOS	Real	Turismo vivencial
Ccotos	8/Puno/Puno/Capachica	Comunidad, ONG, CEDESOS	Real	Turismo vivencial
Llachón	8/Puno/Puno/Capachica	Comunidad, ONG, CEDESOS	Real	Turismo vivencial
Chifrón	8/Puno/Puno/Capachica	Comunidad, ONG, CEDESOS	Real	Turismo vivencial
Tikonata	8/Puno/Puno/Capachica	Comunidad, ONG, CEDESOS	Real	Turismo vivencial
Wiñaymarca	8/Puno/Yunguyo/Anapia	Always Travel	Real	Turismo vivencial
Fuente: MINCETUR – PUNO.				

* Z= zona, R=Región, P=Provincia y D=Distrito.

ANEXO 04. Enfoque de turismo rural vivencial en Amantani



Fuente: www.chucuito.org/turismorural.html

“El enfoque de turismo rural vivencial en las comunidades del lago Titicaca, significa compartir conocimientos, tradiciones, actividades propias de las familias rurales como: pesca artesanal, agricultura, ganadería, artesanía, comercio, danza y música; por ende, el turista participa y se identifica con las actividades de las familias que lo atienden como si fuera un integrante más de la familia. Por ende, las comunidades del lago Titicaca siguen el siguiente enfoque alternativo”.

ANEXO 05. Características de las comunidades que ofertan TRC en Puno

TURISMOS RURALES	UBICACIÓN	ALTITUD	DATOS DE LA EMPRESA	DATOS DE LA/S COMUNIDAD /ES INVOLUCRADAS	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O CIRCUITO TURÍSTICO	ELEMENTOS INNOVADORES	ITINERARIO DEL CIRCUITO
TURISMO RURAL ISLA TAQUILE- PUNO	Región: PUNO	3950 m.s.n.m.	Existen varias empresas que operan Taquile, incluido la Empresa de Transporte Turístico Lacustre Taquile S.R.Ltda. de la misma comunidad rural de Taquile, que cuenta con 7 lanchas. Fecha de inicio de operaciones: varias	Centro Poblado de la Isla Taquile. Fecha de inicio de operaciones turísticas: 21 abril de 1979	Está ubicada en el Lago Titikaka a 35 kms al este del Puerto Lacustre de la ciudad de Puno (3 horas en lancha a motor), su extensión aproximada es de 6 km2 y la altitud entre el puerto y la comunidad rural varía de 3810 a 3950 msnm, la temperatura máxima es de 23°C (66°F) y la mínima de 7°C(37°F). Los vestigios datan de épocas preincas, hasta los primeros años del siglo XX, las isla fue utilizada con presión política, a partir de 1970 pasó a ser propiedad de los taquileños. Su paisaje, microclima, playas y la hospitalidad de sus habitantes con sus trajes típicos es el mejor atractivo.	Lanchas mo demas de mayor velocidad que trasladan a los turistas aproximadamente en una hora	1 A 2 DIAS
	Provincia: PUNO						
	Distrito: AMANTANI						
	Época de visita: todo el año						
TURISMO RURAL ISLA AMANTANI	Región: PUNO	4050 m.s.n.m.	Existen varias agencias de viajes operan Amantani, incluido la Empresa de Transporte Turístico Lacustre Amantani S.R.Ltda de la misma comunidad rural de Amantani, que cuenta con 8 lanchas	Municipalidad Distrital de Amantani	Está ubicada en el Lago Titikaka a 38 kms al noreste del Puerto Lacustre de la ciudad de Puno (3.5 horas en lancha a motor), su extensión aproximada es de 9 km2 y la altitud en el puerto es de 3810, pueblo a 4050, cerro Coanos a 4115 y cerro Llacastiti a 4130 msnm. La temperatura promedio es de 11°C, cuenta con 8 comunidades: Pueblo, Santa Rosa, Lampayuni, Incatiana, Villa Orinojón, Occosuyo, Colquecachi y Sancayuni. Pose una variedad de atractivos turísticos: bello paisaje del Lago Titikaka, restos arqueológicos, templos ceremoniales de pacha tata y pacha mama, tallado de piedras, artesanía, músicas, danza, vestimenta típica, etc.	Lanchas mo demas de mayor velocidad que trasladan a los turistas aproximadamente en 1.5 hora y la presentación de peña folklórica en Colquecachi y Occosuyo en horas de la noche (libre).	Duración 04 días/03 noches mediante agencia de viajes.
	Provincia: PUNO						
	Distrito: AMANTANI						
	Época de visita: todo el año						
TURISMO RURAL ANAPIA (ARCHIPIÉLAGO DE WIÑAYMARKA)	Región: PUNO	de 3810 a 3910 m.s.n.m.	ALL WAYS TRAVEL S.R.L.	Isla Anapia, encargado: José Flores Velasco. Inicia sus actividades turísticas en la década de los 90's.	Está ubicada en el Lago Menor del Lago Titikaka (Archipiélago de Wiñaymarka) a 163.6 kms al sudeste de la ciudad de Puno (frontera con Bolivia), cuyo recorrido en bus por la carretera asfaltada Puno –Yunguyo – Punta Hermosa es de 145.6 kms de distancia, y 18 kms de viaje en lancha a motor de Punta Hermosa hasta Anapia. El archipiélago de Wiñaymarka está conformado por 8 islas y 2 islotes, agrupados en forma lineal en una extensión de 18 kms, y son las siguiente: Isla Iscaya, Llote, Kaana, Pataguata, Yuspique, Anapia, Suana y Kaño; islotes de Huatakaño y Huatasusana. Es un espacio ecológico y étnico potencial.	Criadero de 200 vicuñas en la isla Yuspique	Es imposible realizar viaje de 02 días/01 noche con traslado Puno – Lima y retomo Anapia –Yunguyo
	Provincia: YUNGU						
	Distrito: ANAPIA						
	Época de visita: todo el año						
TURISMO RURAL PENINSULA DE CAPACHICA	Región: PUNO	Época de visita: todo el año	Operan varias empresas, uno de ellos es SERVICIO TURÍSTICO OVE S.R.Ltda	Valentín Quispe Turpo, inicia sus actividades turísticas en el 2000.	Es una comunidad rural ubicada estratégicamente en la punta final de la península de Capachica, a orillas del Lago Titikaka, al noreste de la ciudad de Puno, frente a las islas de Taquile y Amantani, con una vista panorámica excepcional. El servicio de hospedaje se brinda en casa de las familias campesinas, ya adecuadas para tal fin, compartir actividades propias, costumbres y tradición de la comunidad. Existe venta de productos artesanales y paseos en botes veleros y kayak. Cabe aclarar, también se desarrolla similares actividades en ISLA TICONATA, CCOTOS, CHIFLÓN, ESCALLANI, SIALE Y CAPACHICA, los mismos que se encuentran en la jurisdicción distrital de Capachica..	Adecuación de casas rurales exclusivamente para prestar servicios turísticos en viviendas totalmente típicas. Se accede por tierra y por el Lago, desde la ciudad de Puno y de las islas del	Duración 02 días/01 noche mediante agencia de viajes
	Provincia: PUNO						
	Distrito: CAPACHICA - LLACHÓN						
	3819 m.s.n.m.						

Continúa...

TURISMOS RURALES	COSTO PROMEDIO DEL CIRCUITO	TIPO DE ALOJAMIENTO	CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO POR NOCHE	GRADO DE EXIGENCIA FISICA	ACTIVIDADES QUE SE ESTÁN REALIZANDO	TIPO DE VISITANTE	NÚMERO DE VISITANTES ATENDIDOS al 2008	MEDIOS DE ACCESO	TIPO DE VIAS DE ACCESO	TIPO DE INGRESO	ESTACIONALIDAD	OTROS SERVICIOS
TURISMO RURAL ISLA TAQUILE.	(por persona): variable de 10 a 88 dólares USA	(x) Casa de hospedaje (x) Casa rural	500 camas	(x) Moderado	Turismo Rural; con modalidades ecoturismo, cultural, agroturismo, aventura y esotérico	Nacionales y extranjeros	48,180 turistas extranjeros y 13,680 turistas	A pie dentro de la isla y por lancha.	Camino de herradura	Libre, Previa presentación de	Todo el año	Agencia de viajes, servicio de guiado, servicios higiénicos.
TURISMO RURAL ISLA AMANTANI	(por persona): 168 dólares USA	Hotel, casa de hospedaje y casa rural.	450 camas	(x) Leve, (x) Moderado	Turismo Rural; con modalidades ecoturismo, cultural, agroturismo, aventura y esotérico	Nacionales y extranjeros	36256 turistas extranjeros y 12689 turistas	A pie dentro de la isla y por lancha.	Camino de herradura	Libre y Previa presentación de	Todo el año	Agencia de viajes, servicio de guiado, servicios higiénicos, venta de artesanía
TURISMO RURAL ANAPIA (ARCHIPIÉLAGO D)	Aventura/colectivo 3 días y 2 noches 99 dólares, semiprivado 169 dólares y privado 185 dólares USA (agencia de viajes).	(x) Casa de hosp (x) Casa rural	50 camas (estimado)	(x) Leve	Turismo Rural; con modalidades ecoturismo, cultural, agroturismo, aventura, playa y esotérico	Locales y extranjeros	400 turistas extranjeros aprox.	(x) a pie (dentro de la isla), (x) mini bus turístico, (x) mini bus público, (x) automóvil particular, (x)	Asfaltado	Libre	Todo el año	Agencia de viajes, servicio de guiado, servicios higiénicos, venta de artesanía
TURISMO RURAL PENINSULA DE CAPACHICA	variable, de 20 a 100 dólares USA (estimado).	(x) Casa de hosp (x) Casa rural	90 camas (en 4 asociaciones)	(x) Leve, (x) Moderado	Turismo Rural; con modalidades ecoturismo, cultural, agroturismo, aventura y playa.	Extranjeros	2000 turistas extranjeros aprox.	A pie (en llachón), mini bus turístico, mini bus público, automóvil particular,	Camino de herradura, trocha carrozable y asfaltado	Libre	Todo el año	Agencia de viajes, servicio de guiado, servicios higiénicos, venta de artesanía

Fuente: Elaboración propia

Anexo 06. Recorrido completo de una visita en la isla Amantani

Recorrido de la visita a la isla Amantani



Paso 1. Arribar en el pequeño puerto de Amantani



Paso 2: Desembarcar y allí esperan un grupo de mujeres nativas isleñas



Paso 3. Repartición de turistas entre familias en grupos de tres



Paso 4. Caminata por veredas empedradas



Paso 4. Caminata por veredas empedradas



Paso 6: Llegada a hospedaje familiar



Paso 7. Observar el servicio higiénico



Paso 8. Habitación de turistas en Amantani



Paso 9. Cocina de las familias de Amantani



Paso 9. Cocina de las familias de Amantani



Paso 10. Comedor para turistas



Paso 11. Cancha deportiva en Amantani



Paso 12. Caminata en Amantani



Paso 13. Observación paisajística al lago Titicaca



Paso 14. Paseo a caballo



Paso 15. Visita a atractivos arqueológicos



Paso 16. Atardecer en Amantani



Paso 16. Atardecer en Amantani



Paso 17. Vestimenta con trajes típicos de la zona



Paso 18. Peña folklórica