



# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

## FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

### ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



## “LA CIUDAD DE AZÁNGARO Y ALREDEDORES UN RECURSO POTENCIAL PARA EL TURISMO”

### TESIS

#### PRESENTADA POR:

**Bach. BLANCA LUZ CORNEJO ABARCA**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2016**



## Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

"LA CIUDAD DE AZÁNGARO Y ALREDEDO  
RES UN RECURSO POTENCIAL PARA EL  
TURISMO"

AUTOR

BLANCA LUZ CORNEJO ABARCA

RECuento DE PALABRAS

**35953 Words**

RECuento DE CARACTERES

**194853 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**173 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**1.7MB**

FECHA DE ENTREGA

**Dec 19, 2023 3:09 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Dec 19, 2023 3:11 PM GMT-5**

### ● 16% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Universidad  
Nacional  
del Altiplano



Firmado digitalmente por SARDON  
HUAYAJA Julio Cesar FAU  
20145496170 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 08.01.2024 05:42:16 -06:00

Universidad  
Nacional  
del Altiplano



Firmado digitalmente por SARDON  
HUAYAJA Julio Cesar FAU  
20145496170 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 08.01.2024 05:44:38 -06:00



## DEDICATORIA

*Dedico mi tesis a mis padres por ser lo fundamental en mi vida quienes me brindaron el apoyo en mi educación y en los valores que me inculcaron en todo el transcurso de mi vida.*

*Quiero dedicar esta tesis a Dios por tener un logro más en la vida*



## AGRADECIMIENTO

*Ante todo agradezco a la Universidad Nacional del Altiplano por abrirme las puertas para lograr estudiar la carrera de turismo y a todos mis docentes quienes me enseñaron todo el aprendizaje en los 5 años de estudio y agradezco a mis padres Luis Américo Cornejo Gallegos y Hipólita Abarca Delgado quienes siempre estuvieron siempre a mi lado en las buenas y las malas.*

Gracias

Blanca Luz



## INDICE GENERAL

**DEDICATORIA**

**AGRADECIMIENTO**

**INDICE GENERAL**

**INDICE DE FIGURAS**

**INDICE DE TABLAS**

**INDICE DE ACRÓNIMOS**

**RESUMEN ..... 12**

**ABSTRACT..... 13**

### CAPITULO I

#### INTRODUCCIÓN

**1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ..... 14**

**1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 15**

1.2.1. Problema general ..... 16

1.2.2. Problemas específicos ..... 17

**1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACION ..... 17**

1.3.1. Hipótesis General..... 17

1.3.2. Hipótesis Específicas ..... 17

**1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO ..... 18**

**1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION ..... 19**

1.5.1. Objetivo General..... 19

1.5.2. Objetivos Específicos ..... 19



## CAPITULO II

### REVISION DE LITERATURA

<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION</b> .....	20
2.1.1. A nivel Internacional .....	20
2.1.2. A nivel Nacional .....	25
2.1.3. A nivel Local .....	29
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	30
2.2.1. Recursos turísticos naturales.....	30
2.2.2. Recursos inagotables.....	31
2.2.3. Recursos renovables .....	31
2.2.4. Recursos irrenovables .....	32
2.2.5. Recursos turísticos culturales.....	34
2.2.6. Ventajas que el turismo puede traer en la economía de un pueblo.....	39
2.2.7. Recursos turísticos, servicios y producto turístico.....	41
2.2.8. Marco Conceptual.....	54

## CAPITULO III

### MATERIALES Y METODOS

<b>3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO</b> .....	59
<b>3.2. PERIODO DE DURACION DEL ESTUDIO</b> .....	101
<b>3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO</b> .....	101
<b>3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO</b> .....	101
<b>3.5. DISEÑO ESTADISTICO</b> .....	102



<b>3.6. PROCEDENCIA .....</b>	<b>102</b>
<b>3.7. ANALISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>102</b>
<b>3.8. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>103</b>
<b>3.9. TECNICAS INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCION DE DATOS TECNICOS.....</b>	<b>105</b>
<b>3.10. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....</b>	<b>106</b>

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

<b>4.1. RESULTADOS.....</b>	<b>108</b>
<b>4.2. ITINERARIO DE VISITA TURÍSTICA AL TEMPLO DE ASUNCIÓN ..</b>	<b>121</b>
<b>4.3. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA .....</b>	<b>138</b>
4.3.1. Mejoramiento de los Servicios Turísticos .....	138
4.3.2. Promoción Turística.....	143
<b>4.4. RESTAURACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS .....</b>	<b>145</b>
<b>4.5. ACCIONES PRIORITARIAS DE LAS AUTORIDADES LOCALES .....</b>	<b>146</b>
<b>4.6. APERTURA DE ACCESOS Y SEÑALIZACIÓN.....</b>	<b>147</b>
4.6.1. Plan de Promoción Turística.....	147
<b>4.7. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA CAPITAL DE LA PROVINCIA DE AZANGARO Y ALEDAÑOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO.....</b>	<b>149</b>
4.7.1. Fortalezas .....	149



4.7.2. Oportunidades .....	150
4.7.3. Debilidades .....	150
4.7.4. Amenazas .....	151
<b>4.8. PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE VENTAS.....</b>	<b>151</b>
<b>4.9. PROGRAMA DE VENTA PERSONAL.....</b>	<b>153</b>
<b>4.10. PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS.....</b>	<b>155</b>
<b>4.11. PROGRAMA DE PUBLICIDAD .....</b>	<b>157</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>159</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>162</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>164</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>166</b>

**ÁREA:** Ciencias Sociales

**TEMA:** Recurso potencial para el turismo

**FECHA DE SUSTENTACION:** 14 de enero del 2016



## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Opinión de los vecinos de la ciudad de Azángaro acerca del turismo .....	108
<b>Figura 2.</b> Estarias de acuerdo a que los turistas vengan a visitar la ciudad de Azangaro y aledaños .....	109
<b>Figura 3.</b> Beneficios que reporta la presencia de los turistas a favor de la ciudad de Azangaro .....	110
<b>Figura 4.</b> Lugares Turisticos de importancia para la visita turistica.....	111
<b>Figura 5.</b> Estado de conservacion de los atractivos turisticos .....	112
<b>Figura 6.</b> Las comidas Tipicas existentes en la ciudad de Azangaro.....	113
<b>Figura 7.</b> Las fiestas tradicionales y religiosas de importancia de la ciudad de Azangaro .....	114
<b>Figura 8.</b> Las danzas autoctonas y tradicionales que se bailan en la ciudad de Azangaro .....	115
<b>Figura 9.</b> Los posibles interesados para que vengan los turistas potenciales a la ciudad de Azangaro y aledaños.....	116
<b>Figura 10.</b> Acciones inmediatas de parte de las autoridades para atraer a los turistas	117
<b>Figura 11.</b> Los medios de promoción Turistica efectiva para atraer a los turistas .....	118
<b>Figura 12.</b> Tipos de Artesanias disponibles para ofrecer a los turistas.....	119



## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Los distritos de la provincia de Azángaro, ubicación, altitud, superficie y densidad poblacional .....	61
<b>Tabla 2.</b> Capacidad instalada de alojamientos no categorizados 2013 .....	108
<b>Tabla 3.</b> Opinión de los vecinos de la ciudad de Azángaro acerca del turismo.....	108
<b>Tabla 4.</b> Estarías de acuerdo a que los turistas vengan a visitar la ciudad de Azángaro y aldeaños .....	109
<b>Tabla 5.</b> Beneficios que reporta la presencia de los turistas a favor de la ciudad de Azangaro.....	110
<b>Tabla 6.</b> Lugares turisticos de importancia para la visita turistica.....	111
<b>Tabla 7.</b> Estado de conservacion de los atractivos turisticos .....	112
<b>Tabla 8.</b> Las comidas típicas existentes en la ciudad de Azangaro .....	113
<b>Tabla 9.</b> Las fiestas tradicionales y religiosas de importancia de la ciudad de Azangaro .....	114
<b>Tabla 10.</b> Las danzas autoctonas y tradicionales que se bailan en la ciudad de Azangaro .....	115
<b>Tabla 11.</b> Los posibles interesados para que vengan los turistas potenciales a la ciudad de Azangaro y aldeaños .....	116
<b>Tabla 12.</b> Acciones inmediatas de parte de las autoridades para atraer a los turistas..	117
<b>Tabla 13.</b> Los medios de promoción turística efectiva para atraer a los turistas .....	118
<b>Tabla 14.</b> Tipos de Artesanias disponibles para ofrecer a los turistas .....	119
<b>Tabla 15.</b> Capacidad instalada de alojamientos no categorizados 2013 .....	120



## INDICE DE ACRÓNIMOS

<b>MINCETUR:</b>	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
<b>DIRCETUR:</b>	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
<b>PROMPERU:</b>	Promoción del Perú (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo)
<b>OMT:</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>ONU:</b>	Organización de las Naciones Unidas
<b>INEI:</b>	Instituto Nacional de Estadística e Informática
<b>IPE:</b>	Instituto Peruano De Economía
<b>IBE:</b>	Ingreso Básico de Emergencia
<b>PBI:</b>	Producto bruto interno
<b>ODS:</b>	Objetivos de Desarrollo Sostenible
<b>MYPES:</b>	Mediana y Pequeña Empresa



## RESUMEN

El presente estudio abarca el ámbito de la ciudad de Azángaro y aledaños; cuyo objetivo planteado ha sido dar a conocer los recursos turísticos potenciales, y proponer algunas estrategias para el aprovechamiento turístico, sin dejar de lado la situación actual de los servicios turísticos, que merecen ser superadas. En referencia a la hipótesis formulada fue que al obtener la identificación de los recursos turísticos y puesta en valor de uso, y con una propuesta estratégica de acción y promoción turística, están en condiciones de generar una oferta turística. En respuesta a los objetivos y hipótesis planteada, se determina, que el 35 % de personas, afirman contar en la ciudad de Azángaro y aledaños con recursos turísticos potenciales como el Templo Colonial de Nuestra Señora de Asunción; seguida de un 25 % de personas encuestadas, indican tener en segundo lugar está el Santuario Templo de Tintiri, y en porcentajes menores indican contar con el Bosque Petrificado de Kakenkorani; el sitio arqueológico de Cancha Cancha y el Mercado Dominical. En cuanto al servicio de transporte terrestre de pasajeros, es la Empresa de Transportes “La Merced”, las que operan entre las ciudades de Azángaro y Juliaca o viceversa; con unidades de tipo Kombis, con una capacidad de 16 asientos, que totalizan 20 unidades, que totalizan 320 asientos ofertados para los usuarios. Finalmente, el presente trabajo de investigación, termina en conclusiones, recomendaciones, y pauta documental de fondo bibliográfico y anexos.

**Palabras clave:** Recursos turísticos, Servicios turísticos.



## ABSTRACT

The present study covers the area of the city of Azángaro and its surroundings; whose stated objective has been to publicize the potential tourist resources, and propose some strategies for tourist use, without neglecting the current situation of tourist services, which deserve to be overcome. In reference to the hypothesis formulated, it was that by obtaining the identification of tourist resources and putting them into use value, and with a strategic proposal for action and tourism promotion, they are in a position to generate a tourist offer. In response to the objectives and hypothesis raised, it is determined that 35% of people claim to have potential tourist resources in the city of Azángaro and surrounding areas such as the Colonial Temple of Nuestra Señora de Asunción; followed by 25% of people surveyed, indicate that they have the Tintiri Temple Sanctuary in second place, and in smaller percentages indicate that they have the Kakenkorani Petrified Forest; the archaeological site of Cancha Cancha and the Sunday Market. Regarding the land passenger transport service, it is the Transport Company “La Merced”, which operates between the cities of Azángaro and Juliaca or vice versa; with Kombi-type units, with a capacity of 16 seats, totaling 20 units, totaling 320 seats offered to users. Finally, the present research work ends in conclusions, recommendations, and documentary guidelines of bibliographical background and annexes.

**Keywords:** Tourist resources, Tourist services.



# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación, comprende como área de estudio la ciudad de Azángaro y aledaños; donde se busca identificar los recursos turísticos naturales y culturales, con el fin promover el turismo en bien de desarrollo económico, social, cultural y política del pueblo azangarino; pues, el turismo es de vital importancia por ser capaz de acercar a las comunidades, generar comprensión, intercambio de experiencias y crecimiento de las actividades económicas, en efecto, representa una importante fuente de trabajo e ingresos para el país.

En el ámbito económico, la industria y el comercio desempeñan un papel esencial en el desarrollo de la sociedad. Por otro lado, el turismo representa una fuente de ingresos continua que demanda no solo inversión, sino también una adecuada promoción y difusión. El fortalecimiento de esta área brinda a las comunidades la oportunidad de lograr niveles de desarrollo social y económico que pueden ser una alternativa o complemento al crecimiento de la industria y el comercio.

De las consideraciones dadas, podemos decir, la ciudad de Azángaro y aledaños, no es de consideración sola de los recursos turísticos y humanos, sino de la población local tiene que participar desde el momento de la decisión del desarrollo turístico. La participación en la planificación y la gestión del turismo permite a la población anfitriona volverse protagonista de la nueva actividad económica que se propone desarrollar en la ciudad de Azángaro y aledaños.



El contenido del presente trabajo de investigación, está estructurado en cuatro capítulos, en el orden siguiente:

En el capítulo primero, tenemos el planteamiento del problema y aspectos metodológicos; el segundo capítulo, comprende el aspecto geográfico y consideraciones generales, a fin de dar las características geográficas del área de estudio, demografía y aspectos económicos y antecedentes históricos, respectivamente. En el tercer capítulo, se considera a los recursos turísticos potenciales en la ciudad de Azángaro y alrededores; en el cuarto capítulo, está la propuesta de visita turística al Templo de Asunción y estrategias de promoción. Luego, concluye el presente trabajo de investigación en conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El turismo, aunque no de una forma acelerada, sigue aumentando su importancia como actividad económica. En muchos países, se ve al turismo como una solución para abordar los desequilibrios negativos en las balanzas de pagos. Los enfoques de marketing turístico y planificación estratégica se han reconocido como elementos altamente relevantes en el tratamiento socioeconómico de la industria del turismo.

La importancia del turismo, se encuentra en la generación de medios económicos en bien del desarrollo de los pueblos del destino turístico, al mismo tiempo contribuye en la generación de empleo en las comunidades receptoras de la demanda turística, los mismos que permiten mejorar la calidad de vida de los pobladores, cuyo impacto del turismo se orienta hacia la constitución de pequeñas empresas turísticas como las artesanías, transporte, alimentación, alojamiento, etc., y demás actividades relacionadas al turismo.



La Región Puno, posee una diversidad de recursos turísticos naturales y culturales, con capacidad de originar una demanda turística potencial para realizar las actividades turísticas, ya sea de carácter cultural, histórico, monumental, etc. A esto se suma la práctica actividades de turismo de aventura, deportivo. En relación a este último rubro existen nevados de la cordillera oriental, caso Allin Capac en la provincia de Carabaya; otro de los imponentes nevados es el Cunurana de la provincia de Melgar-Ayaviri; sin mencionar en detalle los recursos turísticos tradicionales de Puno: Uros. Sillustani, Taquile, Amantaní y los templos coloniales de la zona Aimara.

La capital de la provincia de Azángaro, cuenta con recursos turísticos naturales, expresadas en paisaje urbano y rural, como también de colinas con evidencias de geoformas, petroglifos; en la parte alta de los cerros existen ocupaciones prehispánicas, con presencia de las murallas y andenerías (cultural). En la ciudad de Azángaro poseen recursos culturales constituidas por el templo monumental de Asunción, seguida de su plaza ornamental de Armas; Plaza San Bernardo, Mercado Comercial, etc. En el entorno, sobresale el Templo de Tintiri, donde se lleva a cabo los festivales folklóricos.

El problema fundamental radica en que los recursos turísticos potenciales no son aprovechados turísticamente a falta de promoción turística y difusión documentada de sus valores culturales que posee la ciudad capital de Azángaro.

El problema de estudio se plantea a través de una interrogante general:

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuáles son los recursos turísticos potenciales de la ciudad de Azángaro y alrededores y qué estrategias se proponen para el aprovechamiento del Turismo?



### **1.2.2. Problemas específicos**

1. ¿Cuáles son los recursos turísticos potenciales naturales y culturales existentes en la ciudad de Azángaro y alrededores para el aprovechamiento de la demanda turística?
2. ¿En qué situación se encuentran los servicios que se pueden considerar para visitantes nacionales y extranjeros?
3. ¿Qué estrategias de promoción turística se proponen para generar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros?

## **1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACION**

### **1.3.1. Hipótesis General**

Al obtener la identificación de los recursos turísticos y puesta en valor de uso, y con una propuesta estratégica de promoción turística, están en condiciones de ofrecer la oferta turística hacia los turistas nacionales y extranjeros.

### **1.3.2. Hipótesis Específicas**

1. Teniendo en cuenta la identificación de los recursos turísticos naturales y culturales, y puesta en valor de uso, permitirá optimizar como uno de los elementos de la oferta para el aprovechamiento turístico.
2. Al contar con los servicios turísticos de calidad, de confort y comodidad, están en condiciones de promover la aproximación, estadía y degustación de potajes puesta al servicio de los visitantes.
3. Con una propuesta efectiva de visita turística y estrategias de promoción, permitirá generar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.



#### 1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

El presente trabajo de investigación consiste fundamentalmente en la identificación de los recursos naturales y culturales de la ciudad de Azángaro y alrededores, comprensión del Departamento de Puno; Para lo cual, las evidencias de los mencionados recursos, son potenciales, las que no son visitadas en su dimensión, razón que motiva a realizar el presente estudio, a fin de viabilizar las estrategias que permita generar el flujo turístico hacia los lugares de importancia para el turismo, como las bondades que ofrecen la mencionada ciudad y en su entorno; Pues, el turismo, trae beneficios económicos, crean puestos de trabajos en las diferentes áreas ocupacionales como en servicios turísticos, artesanía, comercio, etc., beneficiando de esta forma directamente en los pobladores del lugar.

Esta actividad puesta en práctica beneficia indirectamente en los sectores productivos, ya sea en la agricultura, ganadería, pesca, sectores industriales; así como en beneficio del sector turismo, estudiantes de formación en turismo, y otros. De allí la importancia del presente estudio para la ciudad de Azángaro, en especial en favor de los habitantes del lugar, a fin de ser los beneficiarios directos en el aspecto económico, cultural, político, social, educativo, y más que todo en la riqueza espiritual.

Además, el estudio, beneficiará al sector turismo de Perú-Bolivia, especialmente a favor de la Provincia de Manco Capac – Copacabana, como también en grueso sector poblacional, estudiantes de turismo y público en general. El turismo como una actividad socioeconómica, beneficia en forma indirecta a los sectores productivos como a la industria, comercio, agricultura, pecuaria, artesanía, entre otros. Más que todo, en aporte económico para la Caja Fiscal del Estado de cada país, porque no decirlo turismo a la divisa del país anfitrión.



El presente estudio trata de documentar y dar a conocer el valor de los recursos turísticos potenciales de la ciudad de Azángaro, con la finalidad de dar a conocer a los operadores de turismo de Puno, como también en el ámbito nacional e internacional, la misma que motive insertar en su producto uno de los elementos más importantes para generar atracción al lugar.

El problema central está en que los potenciales recursos turísticos de la ciudad de Azángaro y aledaños no son aprovechadas por el turismo, a falta de una promoción turística efectiva, que motive realizar actividades turísticas en bien del desarrollo turístico de la zona de Azángaro.

## **1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **1.5.1. Objetivo General**

Determinar los recursos turísticos potenciales de la ciudad de Azángaro y alrededores y la propuesta de estrategias de Promoción Turística para el aprovechamiento del Turismo.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los recursos turísticos potenciales naturales y culturales existentes en la Ciudad de Azángaro y alrededores, para el aprovechamiento de la demanda Turística.
- De terminar la situación actual en que se encuentran los servicios turísticos de transporte, alojamiento, restaurantes y otros.
- Proponer la visita turística, estrategias de promoción para generar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.



## CAPITULO II

### REVISION DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

##### 2.1.1. A nivel Internacional

**MONTSERRAT Crepi.** (2014), “Recursos Turísticos”, España, trata del auge del turismo cultural y del turismo de naturaleza constituye una notable fuente de riqueza económica y sociocultural de los destinos turísticos. El visitante pretende gozar de una experiencia enriquecedora, complaciente y personalizada; por ello, concibe el viaje como una inversión productiva dados los beneficios intelectuales, morales y sociales que a éste se vinculan. Por tanto, el interés por la cultura, la nostalgia por el pasado y la autenticidad presentes en la sociedad actual conducen a redescubrir las diferencias culturales de los pueblos. El turista cultural busca aquello que es singular y pueda sorprenderle; busca la diferencia. Y el patrimonio cultural constituye parte de esta diferencia que evoca imágenes auténticas de cada localidad.

En efecto, el interés por la naturaleza deriva del crecimiento constante en la sociedad por la búsqueda de la paz y el bienestar personal; de encontrar espacios vírgenes y naturales que les permite olvidar, dejar atrás la cotidianidad y, al mismo tiempo, restablecerse y renovarse (física y espiritualmente).

En consecuencia, el patrimonio de los territorios genera un valor añadido de imagen, de efecto diferenciador ante los competidores, desarrollando un nuevo producto que tiene mucha fuerza y que sea identificado como turismo con identidad, que se ofrece al turista en diferentes modalidades interpretativas, para su uso y disfrute.



**EWERT** (1989) acertó al afirmar que las búsquedas de aventura pueden incluirse bajo una categoría más amplia de recreación al aire libre, también es debatible si tal categoría es lo suficientemente amplia para abarcar el alcance total del turismo de aventura. Más aún, el término que él utiliza, “búsqueda de aventura”, debe considerarse como un sub-campo, es decir, no está a un nivel equivalente de turismo de aventura, pero sí de actividades de aventura.

También ayudan al desarrollo del turismo de aventura el crecimiento de los diarios de viajes, revistas y publicaciones periódicas como el *Specialty TravelIndex* que ilustra “cientos de oportunidades inusuales para viajar por todo el mundo” (Hall, 1992.) Aunque no está muy definida la dimensión exacta del mercado, por lo general se cree que existan algunas actividades de viajes de aventura comúnmente ofrecidas y organizadas por operadores comerciales, las que pueden posicionarse bajo la categoría de viajes de aventura.

Se ha argumentado que la recreación al aire libre y la aventura al aire libre son, por lo general, para diferentes interesados con diferentes necesidades, expectativas y motivaciones (Ewert&Hollenhorst, 1989; Schreyer& White, 1979; Schuett, 1993.) Es difícil identificar las similitudes y diferencias entre los viajeros de aventura y los de recreación al aire libre, principalmente en las áreas de la motivación (Ewert, 1989), del desafío (Ewert, 1987; Yerkes, 1985), del riesgo (Ewert, 1987; Ewert&Hollenhorst, 1989; Meier, 1978) y del lugar específico (Robinson, 1992; Schuett, 1993)

Quizás fue Iso-Ahola (1980) el que conceptuó por primera vez los motivos fundamentales del por qué las personas participan de la recreación al aire libre. Claramente distingue dos dimensiones: “un intento para lograr algo” y “un intento



para evitar algo”. Ewert, (1989) sostiene que, en el caso del turismo de aventura, esta definición debe extenderse para incluir una tercera dimensión: “la toma de riesgo.” Manning, (1986) informó que los motivos para participar en una recreación al aire libre por lo general consisten de un deseo de logro, afiliación, control, escape y conocimiento de uno mismo. Además, se debe tener en cuenta que los motivos para participar en el turismo aventura también están interrelacionados con las actividades. De manera más completa, Hall (1992) trató de categorizar los motivos asociados con el turismo aventura en una búsqueda de riesgo, auto descubrimiento, auto realización, contacto con la naturaleza y contacto social.

Ewert (1989) sostenía que el concepto de toma de riesgo era esencial para las actividades de turismo de aventura. Se puede predecir que la ausencia de riesgo puede traducirse en una disminución en la satisfacción como también en un aumento en el deseo por participar. Como tal, se considera que el riesgo es un elemento importante al distinguir entre las actividades de aventura al aire libre y otras actividades recreativas al aire libre que no se basan en la aventura (Ewert, 1987; Ewert&Hollenhorst, 1989; Meier, 1978) La naturaleza desafiante de las experiencias de aventura, como lo informó Iso-Ahola (1980) procede de las interacciones del riesgo de situación y de la competencia personal. En otras palabras, el grado de toma de riesgo pareciera tener correlación positiva con el nivel de experiencia y habilidad del participante (Ewert, 1989) Estudios sobre recreaciones del pasado señalaban que el desempeño en el turismo aventura se asocia firmemente con el nivel de habilidad (Ewert, 1987; Ewert&Hollenhorst, 1994, Martín & Priest, 1986) Por lo general está más ligado con el logro de metas personales, más abstractas, auto impuestas que con los resultados tangibles de formas tradicionales de la recreación al aire libre (Ewert, 1989)



La experiencia de aventura al aire libre ha sido conceptualizada de varias maneras y por lo general consiste de dos ideas: riesgo percibido y competencia percibida. Ewert y Hollenhorst (1989) describen tales experiencias como “una búsqueda de competencia” unidas con “la valoración del riesgo y peligro.” Priest, (1992) propuso ciertos conceptos de competencia relacionados con la experiencia de aventura: temor, angustia, habilidades y aptitudes. Hizo la prueba con un modelo para representar el rol que percibió el riesgo y que percibió la competencia en el campo de la experiencia de aventura. Otra idea para tener en cuenta es que una experiencia de aventura está esencialmente asociada a un estado psicológico y a la participación en actividades físicas mientras se enfrentan los desafíos y riesgos de un determinado escenario ambiental. Por lo tanto, en el turismo aventura, el escenario ambiental está interrelacionado en gran medida con la experiencia de participar en una actividad en particular (Hall & Weiler, 1992) Entonces, podemos sostener que el turismo aventura está asociado a actividades específicas como el móvil principal para los viajes, así también como a los resultados esperados de las experiencias de los participantes en lugares particulares. Otro ingrediente del turismo aventura es una gran cantidad de riesgos asociada al desempeño de estas actividades.

### **Definiciones alternativas de turismo aventura.**

Para definir turismo aventura se deben considerar varios elementos, entre los que se incluye actividad, motivo, riesgo, desempeño, experiencia y medio ambiente. También es importante cómo se combinan estos elementos para formar una definición. Ewert (1989) sostenía que la aventura al aire libre supone una interacción con el medio ambiente natural y esta interacción requiere un elemento de riesgo, que por lo general se expone al peligro físico. Dados estos factores, se ha definido el turismo aventura de la siguiente manera:



- Cualquiera sean las búsquedas de recreación que ofrezcan una exposición al peligro físico (Meier, 1978)
- Actividades auto emprendidas interactuando con el medio ambiente natural, que contengan elementos de peligro aparentes o reales, en las que el resultado, aunque incierto, puede estar influenciado por el participante y la circunstancia (Ewert, 1989)

Ewert (1987) identificó otro elemento para distinguir turismo aventura de la recreación de aventura. Según él, la diferencia radica en el grado en que los participantes han viajado desde sus hogares y han participado en actividades formales, comercializadas, basadas en las aventuras. Mientras las actividades sean más comercializadas, es el operador de turismo quien dirige y brinda la experiencia o paquete de aventura. Como sostuvo Hall (1992), esto es particularmente cierto cuando la naturaleza de los elementos de riesgo en las actividades de aventura debe presentar peligro percibido controlado por los especialistas de un operador. Los esfuerzos de Hall por definir turismo aventura:

- Un amplio espectro de actividades turísticas al aire libre, que se comercializan por lo general y que suponen una interacción con el ambiente natural lejos del hogar del participante y que contiene elementos de riesgos donde el participante, el escenario y el manejo de la experiencia del participante influyen en el desenlace (Hall, 1989)

También se observa que algunas de las otras definiciones de turismo aventura generalmente proponen integrar los elementos principales como actividades (o “búsquedas” según varios estudios tradicionales de recreación o de tiempo libre),



medio ambiente y experiencias. A continuación, ejemplos de estas definiciones de turismo aventura:

- Toda búsqueda que brinde una experiencia significativa inherentemente humana que se relacione directamente con un medio particular al aire libre: aire, agua, colinas, montañas... (Darst y Armstrong, 1980).
- Actividades que impliquen participación de una persona como una respuesta al desafío que ofrecen principalmente el mundo físico, natural, tales como colinas, corriente de aire y olas (Progen, 1979).
- Actividad al aire libre que suponga el medio ambiente natural donde el resultado que perciban los participantes sea desconocido (Yerkes, 1985)
- Aparte de los seis elementos principales de turismo aventura arriba expuestos, el marco fundamental para definir turismo aventura debe consistir de los conceptos “aventura” y “viaje”. Una definición global de turismo aventura debe contar con un equilibrio razonable entre estos dos conceptos. Johnston (1992) consideró turismo aventura como:
- Viajar por el sólo propósito de buscar una recreación aventurera (Johnston, 1992) Se puede debatir que varios viajeros pueden buscar experiencias sumado a la recreación de aventura, en particular si los viajes son largos y se asocian con otros elementos como riesgo y desempeño. Teniendo en cuenta que se prestó para la confusión y que hubo superposición en los límites del tiempo libre, recreación y turismo, hay que ser cautelosos al adoptar cualquier definición sin una verificación adecuada.

### **2.1.2. A nivel Nacional**



**CHURA QUIROZ**, Rebelhino, Tesis (2011) Titulado. El patrimonio Turístico Potencial del Distrito de Moho, para el aprovechamiento turístico, de la Universidad Nacional del Altiplano, Escuela Profesional de Turismo, Facultad de Ciencias Sociales, estudio que concluye:

La zona noreste del Lago Titicaca, posee una diversidad de patrimonio turísticos potenciales para el aprovechamiento y desarrollo de la actividad turística, posee recursos naturales, culturales y el patrimonio vivo, ubicados en distintas comunidades y parcialidades, los mismos que son aptos para ser comercializados en el mercado nacional e internacional principalmente y ser considerado como un nuevo producto turístico.

Se ha realizado una proposición e identificación preliminar del patrimonio turístico potencial del distrito de Moho, tomando en cuenta los criterios de categorización, el mismo que se ha llegado a determinar que son recursos turísticos potenciales, posibles y factibles de ser aprovechados en la actividad turística. El patrimonio turístico potencial de la zona noreste del Lago Titicaca, en su mayoría se encuentra en un buen estado de conservación, y por otro lado su conservación actual determina la calidad del recurso.

El Distrito de Moho, cuenta con un Hotel turístico y con los servicios básicos de alojamiento, alimentación. Medios de transporte, cuenta con infraestructura adecuada como vías de acceso con carreteras a distintos pueblos y comunidades así como lacustre. Las autoridades y la población local está preparada para recibir las afluencias turísticas en menor escala.

**1. CCARI HERRERA** Yobana (2006) Tesis cuyo título es: Circuito Turístico alternativo en el Distrito de Azángaro y Muñani de la provincia de Azángaro, de



la Universidad Nacional del Altiplano Puno, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Turismo, cuyo estudio trata de las características del circuito Turístico alternativo en los distritos de Azángaro, cuyos resultados son como sigue.

1. Los recursos turísticos potenciales del distrito de Azángaro en su mayoría tienen sus características culturales como el santuario de Tintiri, Petroglifos de Kollana, Cancha Cancha, mientras que, los recursos turísticos de Muñani, son sitios naturales como Ñeque Ñeque, laguna de Kearia, cordillera de Chijus, Fundo Mallkini, Sorani y Huansacona. Los cuales combinados adquieren mayor valor turístico para desarrollar modalidades de turismo alternativo como ecoturismo, turismo de aventura rural y místico.
2. La estructura turística como restaurantes y establecimientos de hospedaje de Azángaro, Muñani. Y Mallkini, son insuficientes para atender a la demanda turística potencial. Así mismo la carretera Azángaro- Muñani es inadecuada.
3. El circuito turístico Azángaro- Muñani-Mallkini, junto a los programas turísticos con modalidades de turismo de aventura, rural, místico y ecoturismo es factible mediante la articulación a los programas turísticos que oferta actualmente Mallkini hacia el mercado turístico internacional, porque en el circuito se encuentran recursos turísticos más sobresalientes de la zona que se pueden aprovechar para desarrollar la actividad turística en los distritos de Azángaro y Muñani.
4. Es indispensable el apoyo de entidades públicas (MINCETUR, PROMPERÜ, Gobierno Regional, Municipio Distrital, Provincial, y otros) y entidades privadas (Agencias de viajes, ONGS, y otras organizaciones) en coinversión



con pobladores, e implementación de servicios turísticos para desarrollar el turismo en Azángaro y Muñani de manera integral.

**2. LIMACHI CHAMBI**, Hermilinda y **CALA CALLISAYA**, Rosa, (2014) Tesis, que lleva por título; Recursos Turísticos Potenciales de los Distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Punco, para el Turismo de Aventura, de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela profesional de Turismo, Estudio que trata de los recursos turísticos potenciales de los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Punco para el turismo de Aventura – ecológico, cuyas conclusiones es como sigue:

1. Los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Punco, poseen importantes recursos naturales que hoy en día no son aprovechadas. Pues estas serían capaces de generar desarrollo en estas zonas.
2. Los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Punco, nos ofrecen un producto turístico diversificado para la oferta turística de Puno hacia un turismo de aventura-ecológico.
3. En los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Punco carece de infraestructura adecuada para la actividad turística pues no cuenta con vías de acceso adecuado para el turismo.
4. Los recursos turísticos potenciales más esencial y relevantes con que cuentan los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Punco, el cual tiene la capacidad de contribuir al desarrollo de la actividad turística son: La Laguna de San Fermín, las Cataratas de Botijani, la flora y la fauna natural de la selva puneña.



5. En los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Puno, el 56% de la población encuestada afirma estar de acuerdo en desarrollar el turismo de aventura ecológico; el 26% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo, el 15% de los encuestados manifiestan estar en desacuerdo con esta actividad y el 3% de los encuestados señalan estar totalmente en desacuerdo. Lo que significa que existe un porcentaje alto de interés por parte de la población para desarrollar estas alternativas de desarrollo económico, que tienen bondades que son poco aprovechados en estas zonas. Y por parte de los turistas encuestados el 58% están interesados en practicar turismo de aventura-ecológico en los distritos de San Juan del Oro y San Pedro de Putina Puno; de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas podemos deducir que si es factible la ejecución de nuestra propuesta turística para la práctica de turismo de aventura-ecológico como una alternativa complementaria a la oferta actual de nuestra región.

### **2.1.3.A nivel Local**

**BUSTINZA ARPITA, Gady** y **DEL FIERO FERRER, Alexander David** (2011), Tesis denominada: Recursos Turísticos en los distritos de Cuyo Cuyo, Sandia y San Pedro de Putina Puno, una Alternativa para la Actividad del Turismo de Naturaleza-Aventura, de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, Facultad de Ciencias Sociales, de la Escuela Profesional de Turismo, estudio que trata de los recursos turísticos con que cuentan los distritos de Cuyo Cuyo, Sandia y San Juan de



Putina Punco, podrían promover el desarrollo del turismo de naturaleza-aventura y estrategias de promoción., cuyas conclusiones es como sigue:

- El ámbito del distrito de Cuyo Cuyo, Sandia, San Pedro de Putina Punco, presenta una realidad geográfica y climática buena, que hace posible la existencia de atractivos turísticos naturales con variados valores jerárquicos para el óptimo desarrollo de la actividad del turismo de naturaleza-aventura, que permitirá coadyuvar a diversificar la oferta del producto turístico de nuestra región, y a mejorar el nivel de vida de la población lugareña.
- Los distritos de Cuyo Cuyo, Sandia, San Pedro de Putina Punco, cuentan con recursos turísticos naturales para el turismo de aventura como Rappel, mountainbike cabalgata, entre otros; y de acuerdo a la percepción de la encuesta se determina que el 36% de turistas encuestadas optan por la actividad del mountainbike, seguido con 27% de turistas que prefieren realizar la práctica del rappel y un 14% de los turistas encuestados eligieron por la práctica de la cabalgata y finalmente con un porcentaje de 12% y 11% prefieren realizar el canotaje y otras actividades turísticas.
- Al contar con una variedad de recursos turísticos disponibles en los distritos de Cuyo Cuyo, Sandia, y San Pedro de Putina, se propone las estrategias de promoción turística para fomentar el crecimiento de la actividad del turismo naturaleza - aventura.

## 2.2. MARCO TEÓRICO

### 2.2.1. Recursos turísticos naturales



Son aquellos que se encuentran en la Tierra y que son usados por los seres humanos para cubrir sus necesidades. Estos recursos incluyen el aire, el agua, el suelo, la flora y fauna que habitan en la superficie terrestre, así como los minerales que se encuentran debajo de ella.

Estos recursos abarcan todos aquellos elementos de la naturaleza, ya sean bióticos o abióticos, que el ser humano puede explotar para satisfacer sus necesidades. Ejemplos de estos recursos son el aire, el petróleo, los minerales, la flora y fauna.

### **2.2.2. Recursos inagotables**

Estos recursos son aquellos que no se acaban o agotan, independientemente de la cantidad de actividades productivas llevadas a cabo por los seres humanos. Algunos ejemplos incluyen la energía solar, energía del mar, de las olas y del viento.

Los recursos inagotables se caracterizan también por ser utilizados en proporciones bajas en relación a su disponibilidad en la naturaleza. Se recuperan o regeneran por sí mismos, eliminando así cualquier riesgo de agotamiento o extinción. El agua, el sol, el aire y sus componentes son claros ejemplos de recursos inagotables.

El agua y el aire son recursos esenciales para preservar la vida en nuestro planeta. Estos recursos se encuentran en abundancia y tienen la capacidad de regenerarse mediante los ciclos naturales. Por consiguiente, se consideran inagotables.

La cantidad de agua y aire utilizada por los seres vivos es mínima en comparación con la cantidad total disponible en la naturaleza, lo que contribuye a mantener su cantidad constante en el medio ambiente.



### **2.2.3. Recursos renovables**

Se refiere a aquellos recursos que son capaces de regenerarse por sí mismos, pero es importante utilizarlos de manera racional para evitar su agotamiento.

La fauna y la flora son ejemplos de recursos renovables. Sin embargo, se debe tener precaución en la forma en que se utilizan estos elementos. Si se consumen de manera indiscriminada, algunas especies pueden extinguirse si su ritmo de reproducción no puede mantenerse al ritmo de consumo. Esta extinción o disminución significativa de la población de especies puede alterar el equilibrio ecológico.

### **2.2.4. Recursos irrenovables**

Desde tiempos antiguos, los seres humanos han aprendido a extraer los materiales útiles para sus actividades de la corteza terrestre. Estos recursos naturales, conocidos como depósitos minerales, han jugado un rol fundamental en el progreso de la civilización, Sin embargo, el gas, el petróleo y los metales son recursos no renovables y, a pesar de un uso racional, eventualmente se agotarán.

Al hacer uso de estos elementos, es crucial que el ser humano evite agotarlos o causar desequilibrios, ya que esto no solo perjudicará a la naturaleza, sino que a largo plazo también se perjudicará a sí mismo.

Es común que los productores rurales se acerquen a expertos en busca de información sobre cómo incursionar en el rubro del turismo rural. Cuando se les pregunta acerca de los recursos de sus establecimientos, muchos mencionan las características de sus casas, el número de habitaciones con los que cuenta, baños, etc. Existe una gran confusión sobre qué constituye un recurso turístico; por lo tanto,



muchos productores se sorprenden al enterarse de que la casa no es un recurso turístico, salvo que tenga algún valor histórico.

El punto de partida para los negocios en el rubro del turismo es analizar los recursos disponibles, los servicios y el equipamiento para llevar a cabo las actividades. Solo al sumar estos componentes será posible organizar el producto turístico, un proceso que requiere conocimiento e imaginación.

El recurso turístico es el elemento principal que impulsa a los viajeros y turistas a elegir un destino en particular. A menos que se trate de situaciones excepcionales, la razón principal para emprender un viaje no se limita únicamente a hospedarse en un destino diferente al lugar donde habitualmente residen. En consecuencia, resulta importante examinar las razones que impulsan a los turistas a viajar, siendo las siguientes las más destacadas:

- **Construir y fortalecer relaciones:** Motivación primordial para los viajes en familia, puesto que brindan la oportunidad de fortalecer los lazos familiares al alejarse del estrés y la rutina diario.
- **Mejorar la salud y el bienestar:** La mayoría de personas, consideran importante que las vacaciones sean beneficiosas para revitalizar mental y físicamente, por lo que aprecian las actividades al aire libre y los deportes participativos.
- **Descanso y relax:** Según estudios realizados en Estados Unidos, esta motivación se encuentra en tercer lugar en cuanto a importancia.
- **Tener una aventura:** En su mayoría los viajeros buscan experiencias emocionantes durante sus vacaciones, desde experiencias románticas hasta aquellas que conllevan cierto nivel de riesgo.



- **Escapar:** Muchas personas viajan para alejarse de la rutina y el estrés diario, buscando un respiro en un entorno diferente.

### 2.2.5. Recursos turísticos culturales

La cultura está compuesta por rasgos distintivos, estos pueden ser de carácter espiritual como material, intelectual y afectivo, que definen a un grupo social o una sociedad. Además de expresiones artísticas y literarias, la cultura también engloba los estilos de vida, las formas de convivencia, los valores, las costumbres y las creencias.

Los recursos culturales abarcan una amplia gama de elementos, como sitios arqueológicos de épocas prehistóricas e históricas, artefactos de diferentes orígenes (indígena, español, mexicano, peruano, americano) y cualquier otra evidencia física relacionada con actividades humanas consideradas valiosas para una cultura, subcultura o comunidad, ya sea con fines científicos, tradicionales, religiosos u otros. Estos recursos culturales pueden tener importancia a nivel estatal o local.

Para que un recurso sea considerado un recurso cultural importante a nivel local o estatal, debe conservar su integridad (es decir, cierto grado de preservación en cada tipo de material cultural presente en el recurso) y cumplir alguna de las siguientes condiciones: estar vinculado a algún evento de importancia local, regional o nacional; estar vinculado a una figura importante a nivel local, regional o nacional; ser buen ejemplo de un período o estilo particular; representar el trabajo de algún maestro artesano; o tener el potencial de proporcionar datos importantes que contribuyan a resolver la mayoría de las interrogantes formuladas por los investigadores.



## **El potencial en recursos culturales**

Dada la amplia variedad de recursos disponibles en Perú como resultado de su fascinante historia, no está claro si muchos de ellos serán de interés para los turistas y se convertirán en atracciones culturales o si su importancia sólo será relevante para investigadores de campo como un arqueólogo o un antropólogo. Es fundamental respetar el importante trabajo realizado por expertos de diversos campos que cooperan, comparten conocimientos y utilizan la tecnología moderna para desentrañar el pasado. Esta labor es de suma importancia, pero financiarlo en un país en vías de desarrollo como Perú es difícil, ya que debe anteponerse a la conservación de recursos ya valorados.

\* Un aspecto positivo del turismo en zonas extremadamente empobrecidas es su contribución a la disminución de la pobreza, al generar una gran demanda de mano de obra y ampliar las oportunidades de empleo. En la actualidad, la noción de que los recursos naturales, la producción industrial o agrícola eran la única fuente de ingresos para la supervivencia de las comunidades ha experimentado un cambio radical. Ahora, comunidades enteras dependen de sus recursos culturales, lo que permite combatir la pobreza, una condición esencial para la paz, la preservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible. Desde una perspectiva ética y moral, es nuestra responsabilidad trabajar hacia un mundo mejor, en el que las brechas entre las naciones ricas y pobres se reduzcan progresivamente.

### **Turismo cultural en constante evolución.**

Actualmente, con el desarrollo de la industria turística como actividad económica, varios países han visto en este sector una oportunidad para mejorar sus ingresos, sus economías y ofrecer servicios a los turistas entusiastas que desean



explorar todas las opciones disponibles. Por lo tanto, encontramos una variedad de formas de turismo que se encuentran en constante evolución o cambio. Estas incluyen el turismo cultural, solidario, ecológico, de aventura, religioso, místico, étnico, gastronómico, de ocio, temático, y muchas más. Clasificar estas formas de turismo ha sido siempre un desafío debido a que los estilos de vida y las características psicológicas de los viajeros están en constante cambio. El turismo cultural como producto turístico también ha experimentado cambios significativos. La imagen de los turistas de mediana edad con una cámara y un insaciable afán de viajar a lugares remotos, enfrentarse a mosquitos o condiciones climáticas adversas, hacer esfuerzos físicos intensos, probar platos exóticos y llevar consigo una billetera repleta de dólares, ya no es la única que podemos observar en el mercado. En un entorno competitivo y de consumo masivo, entran en juego la imagen visual, el ícono y el estereotipo, lo que modifica los comportamientos y transforma las actividades económicas. Esta circunstancia, sin embargo, también implica inversiones y el desarrollo de innumerables puestos de trabajo. Se están creando nuevos segmentos turísticos exigentes en términos de calidad, precio y valor añadido. Estos segmentos se están creando por la feroz rivalidad entre destinos, el abaratamiento de las tarifas aéreas, la inestabilidad política y social en muchas regiones y el mayor bienestar en los países emisores. Además, muchos viajeros buscan estancias más cortas.

### **Recurso turístico cultural y Categorización de los recursos**

Estos recursos podrían clasificarse en las siguientes categorías:

- Atractivos naturales
- Patrimonios históricos y museos
- Folclore y manifestaciones de las culturas tradicionales



- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas.
- Eventos programados y manifestaciones culturales contemporáneas

### **Atractivos naturales**

Todo tipo de recursos naturales, ya sea fauna, flora, termas, u otros, tiene el potencial de ser aprovechado con fines turísticos.

¿Acaso un turista japonés que vive en una ciudad densamente poblada, donde nunca experimenta espacios vacíos, no encontraría atractivo un paisaje desértico en la Patagonia?

¿No podría ser el viento una manifestación fascinante para alguien originario de una región donde rara vez sopla?

Nunca debemos subestimar los paisajes. Debemos buscar el público que pueda estar interesado en él debido a sus atractivos por ser desconocido. Recordemos que cuando las personas viajan, buscan escapar de la rutina diaria en todos los aspectos, incluido el entorno natural que los rodea.

### **Patrimonio histórico y museos**

La presencia de vestigios es un recordatorio del hecho de ser peruano. Esto implica pertenecer a una nación surgida del sincretismo cultural, resultado del cruce entre los habitantes indígenas con los españoles en un principio, y posteriormente con diferentes corrientes migratorias.

Los países de procedencia de los inmigrantes constituyen un mercado atractivo para captar su interés hacia las expresiones culturales innovadoras surgidas del choque entre las culturas locales y las de los inmigrantes. En ambos casos las



culturas se han transformado para dar lugar a una nueva identidad, dejando huellas fascinantes en todo el nuestro territorio.

### **Folclore y manifestaciones de la cultura tradicional**

Las expresiones culturales tradicionales de las zonas rurales poseen un gran atractivo para captar la atención de los visitantes. Muchas de las actividades tradicionales del campo están en peligro de extinción a causa del constante avance de la tecnología. No obstante, el turismo rural podría desempeñar un rol importante en su preservación al facilitar la creación de productos turísticos centrados en estos recursos.

Por ejemplo, en las áreas ganaderas, las antiguas prácticas de yerra o marcaje del ganado, que solían ser muy populares y atraer a numerosos espectadores, han casi desaparecido.

Hoy en día, existe la posibilidad de organizar una propuesta turística en torno a estos recursos, ofreciendo eventos programados durante varios fines de semana para la participación de los residentes de las ciudades. En dicha propuesta, los visitantes podrán presenciar y participar en la marcación del ganado, degustar platos típicos de la región, disfrutar de bailes y juegos tradicionales. Cada zona rural tiene tradiciones agrarias únicas que pueden ser la base para la creación de productos turísticos.

### **Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas**

En todas las áreas se pueden encontrar empresas y profesionales destacados. Cuando existe cierto avance tecnológico en la producción agropecuaria, existe la posibilidad de ofrecer visitas a técnicos y productores de distintas regiones o incluso



países con interés en desarrollar tecnologías similares en sus propias regiones. Esta transferencia tecnológica puede ser una forma de aprovechar los recursos al permitir la difusión de conocimientos y prácticas exitosas. También podemos considerar dentro de esta categoría de recursos otras manifestaciones tecnológicas contemporáneas, incluso si no están directamente relacionadas con la agricultura o la ganadería. Estas manifestaciones pueden incluir avances tecnológicos en otros campos que puedan resultar atractivos para los visitantes y que contribuyan al intercambio de conocimientos y experiencias.

### **Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas**

Los eventos programados que puedan atraer turistas, incluso si no están directamente relacionados con la producción agrícola, son considerados recursos de suma importancia para el desarrollo del turismo rural. Incluso un festival bastante concurrido o un museo reconocido pueden ser considerados como productos, pero para nuestros propósitos, los consideramos como recursos. Utilizando estos recursos como base, podemos organizar un producto de turismo rural que complemente las visitas y brinde una experiencia enriquecedora para los visitantes.

#### **2.2.6. Ventajas que el turismo puede traer en la economía de un pueblo**

1. La generación de empleo en compañías turísticas para personas en situación de necesidad.
2. El suministro de productos y servicios a operadores turísticos por parte de personas de bajos recursos económicos o entidades que los emplean.
3. Ventas directas de productos y servicios a los turistas por personas en situación de pobreza, a través de la informalidad.



4. La creación y manejo de empresas del rubro turístico por personas en situación de pobreza, como pequeños, medianos y microempresarios, o empresas que se basan en la comunidad, dentro del ámbito de la formalidad.
5. La recaudación de impuestos sobre los ingresos o beneficios derivados de actividades turísticas, con el propósito de beneficiar a personas en situación de pobreza.
6. Las donaciones y apoyos voluntarios provenientes de compañías turísticas y turistas.
7. La inversión en infraestructura impulsada por el turismo, que beneficiaría directa o indirectamente a personas en situación de pobreza en la localidad, ya sea a través del respaldo a otros sectores o de forma directa.

### **Obstáculos del desarrollo turístico**

En los últimos tiempos, ha habido un notable aumento en la demanda de turistas, lo cual ha resultado en un incremento significativo de los ingresos generados por visitas a los lugares más destacados, en particular en el caso del acceso a Machu Picchu. No obstante, entidades como el Instituto Nacional de Cultura (INC), por mencionar alguna de las instituciones más problemáticas, han asumido responsabilidades que trascienden su papel como protectores del patrimonio histórico y cultural. Esta ampliación de competencias ha generado conflictos y situaciones en las que se supera lo estrictamente cultural o histórico. Es importante analizar estos acontecimientos recientes para comprender cómo se ha desviado el enfoque de estas instituciones, lo cual en muchos destinos puede tener repercusiones negativas en el desarrollo sostenible del turismo. Por ejemplo, cuando el INC emite declaraciones como “Machu Picchu está en peligro”, esto genera una gran alarma en la opinión pública, aunque posteriormente se demuestre que no es cierto. Por tanto, resulta



necesario establecer claramente los roles y responsabilidades de estas instituciones, a menos que deseemos enfrentar más conflictos futuramente, que obstaculicen el desarrollo sostenible del turismo. En el rubro turístico, es fundamental lograr un equilibrio entre la actitud conservacionista y la actividad económica que implica esta industria, siempre evitando causar daños a los recursos en cuestión.

### **2.2.7. Recursos turísticos, servicios y producto turístico**

Con frecuencia, los agricultores y ganaderos se acercan a expertos en busca de orientación sobre la posibilidad de adentrarse en el ámbito del turismo rural. Al preguntarles acerca de los recursos disponibles en sus propiedades, muchos hacen referencia a las especificaciones de la propiedad, como el número de cuartos y baños, entre otros aspectos. Existe una equivocación en torno a lo que se considera un recurso turístico, y es común que los productores se sorprendan al recibir la indicación de que la vivienda en sí misma no se considera recurso turístico, salvo que forme parte de un conjunto histórico o de un contexto de interés particular.

Es fundamental comprender que el punto de inicio para emprender un negocio en el sector turismo radica en el análisis de los recursos disponibles, los servicios y las instalaciones que se pueden ofrecer para llevar a cabo diversas actividades. Solo al combinar estos componentes de manera adecuada es posible organizar los productos turísticos, un proceso que requiere tanto conocimientos especializados como creatividad.

El recurso turístico es el factor primordial que impulsa a los viajeros a conocer un destino. Es extremadamente raro que la razón principal de un viaje sea simplemente alojarse en una locación distinto al lugar donde habitualmente residen.



Por tanto, es crucial analizar las razones que incitan a los turistas a viajar. Las más importantes son las siguientes:

- ✓ Construir y fortalecer relaciones: Esta es la motivación primordial para los viajes en familia, ya que brindan la oportunidad de fortalecer los lazos familiares al alejarse del estrés y la rutina diario.
- ✓ Mejorar la salud y el bienestar: La mayoría de personas, consideran importante que las vacaciones sean beneficiosas para revitalizar mental y físicamente, por lo que aprecian las actividades al aire libre y los deportes participativos.
- ✓ Descanso y relax: Según estudios realizados en Estados Unidos, esta motivación se encuentra en tercer lugar en cuanto a importancia.
- ✓ Tener una aventura: En su mayoría los viajeros buscan experiencias emocionantes durante sus vacaciones, desde experiencias románticas hasta aquellas que conllevan cierto nivel de riesgo.
- ✓ Escapar: Muchas personas viajan para alejarse de la rutina y el estrés diario, buscando un respiro en un entorno diferente.

Según Ernesto Barrera, las motivaciones para viajar incluyen disfrutar de un clima agradable, paisajes hermosos, paz, aire fresco y la ausencia contaminación auditiva, en general, cubrir las carencias que experimentan en su lugar de residencia habitual.

El deseo de conocer, comprender y descubrir son poderosas motivaciones para viajar. Las personas viajan para estudiar o practicar un idioma, explorar diferentes culturas, seguir rutas gastronómicas, indagar en cuestiones espirituales o



descubrir aspectos nuevos sobre sí mismos o su historia. Anhelan experimentar, ver y sentir todo aquello que les resulta desconocido.

La celebración de ocasiones especiales también impulsa a algunos viajeros a tomar sus vacaciones. Para ellos, el viaje se convierte en parte integral de sus recuerdos, como una manera de conmemorar hitos importantes en sus vidas, como matrimonios, logros profesionales, graduaciones, entre otros. Esperan que esta experiencia de viaje se grave en su memoria de forma imborrable.

La nostalgia es otro motivo común para viajar. Muchas personas eligen viajar para revivir recuerdos del pasado. Los viajeros mayores que optan por el turismo rural, por ejemplo, a menudo tienen una fuerte motivación nostálgica, ya sea para recordar su estilo de vida anterior, rememorar su infancia u otros aspectos de su pasado.

**RECURSOS:** Constituyen los cimientos para el desarrollo del turismo. Abarcan elementos de la naturaleza, la cultura, la historia y los equipamientos para el entretenimiento.

Ejemplos: Ríos, lagos, montañas, fortalezas históricas, festividades regionales, campos de golf, entre otros.

**SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO:** Se trata de elementos que satisfacen necesidades básicas de los turistas y les permiten disfrutar de los recursos disponibles.

Ejemplos: Hoteles, campings, restaurantes, transportes, guías turísticas, servicio telefónico, entre otros.



**PRODUCTO TURÍSTICO:** Consiste en un paquete de elementos que ofrecen experiencias de viajes que cumplen con las expectativas de un nicho del mercado.

Ejemplos: Excursiones en entornos rurales, recorridos por la Pampa, la Ruta de los Aimaras, entre otros.

Veamos los recursos requeridos para el progreso del turismo en áreas rurales. En este análisis, es de muy importante tener en consideración las particularidades de las personas que emprenderán en este rubro. Esta faceta está estrechamente relacionada con la relevancia de los aspectos culturales en este tipo de iniciativas. Tomemos en consideración un caso ilustrativo:

Imaginemos dos establecimientos adyacentes que tienen el mismo entorno natural. Aunque uno de ellos cuente con una infraestructura de menor calidad, puede que se encuentre en mejor condición para llevar el negocio en comparación con el otro. Un escenario plausible sería que el propietario con una infraestructura menos sofisticada pertenezca a una comunidad específica podría ser el público objetivo para su propuesta turística.

### **Servicios Turísticos**

Según SOSA DE LA CRUZ, CLIFOR, los servicios se definen como un conjunto de acciones llevadas a cabo por personas en una organización con la finalidad de atender la demanda de los clientes mediante el uso efectivo de productos o la creación de otros beneficios. A diferencia de los bienes tangibles, los servicios no implican la adquisición de algo por parte del consumidor, aunque su provisión pueda estar relacionada con algún producto material o inmaterial.



El servicio en sí mismo solo se manifiesta como una experiencia experimentada por el consumidor, quien luego puede evaluarla en términos de satisfacción o insatisfacción. En la provisión de servicios participan cuatro elementos fundamentales:

- Las entidades que ofrecen los servicios.
- Los equipos y materiales utilizados en la prestación del servicio.
- Los métodos y procedimientos que se emplean para brindar el servicio.
- Las materias primas e insumos necesarios para la prestación del servicio.

Para lograr una ejecución adecuada desde el principio, es necesario invertir en la selección del personal, su contratación, capacitación y motivación. Sin embargo, para que el personal se desempeñe satisfactoriamente, es fundamental que:

- El personal lleve a cabo un trabajo que le resulte satisfactorio y esté alineado con sus aspiraciones.
- El personal este orgulloso por su labor, ya que la relación interpersonal es crucial. Esto se refleja en aspectos como la vestimenta, el puesto que ocupan, la jerarquía que les es otorgada, la comunicación interna y la forma en que se les encomienda tareas dentro de la empresa.

Es importante distinguir las dos acepciones de servicios:

- 1) Los servicios, como producto principal, se refieren a las actividades que una parte ofrece a otra en el mercado. Ejemplos de esto abarcan la reserva de una habitación de hotel, la realización de depósitos en una entidad bancaria, el viaje en avión, la consulta con un médico, el corte de cabello, la reparación de un



vehículo, la asistencia a un evento deportivo, la experiencia de ver una película, entre otros ejemplos similares.

- 2) Los servicios como apoyo del producto principal, son aquellos servicios complementarios proporcionados a los consumidores para incrementar el valor del producto principal. En esta situación, el servicio se convierte en un componente estratégico del producto con el propósito de obtener una ventaja competitiva. Al ofertar servicios de más calidad en comparación con los competidores, se garantiza la retención de los clientes actuales, lo cual suele ser más rentable que buscar y atraer nuevos clientes o intentar recuperar aquellos que se han perdido.

Cuando se planifican los servicios de apoyo, es crucial considerar la relevancia que los consumidores atribuyen a dichos servicios. De esta manera, se pueden enfocar los esfuerzos en proporcionar aquellos servicios que agreguen mayor valor y satisfacción al cliente, contribuyendo así a la estrategia general del producto.

### **Características de los servicios**

Los servicios son de naturaleza intangible, lo que implica que los clientes solo pueden experimentarlos después de haberlos adquirido. En el caso de servicios más complejos, abstractos e intangibles, los clientes tienden a guiarse por servicios relacionados y criterios medibles o indicadores tangibles indirectos para evaluar su calidad.

Algunas de las características intangibles de los servicios son las siguientes:



1. La presentación visual del entorno y del personal. Desde la perspectiva del cliente, un área de espera atractiva y bien cuidada indica la competencia profesional del servicio.
2. En términos de precio, se asocia una mayor exigencia de calidad. Cuando el costo es más alto, los clientes esperan un nivel superior de servicio.
3. Respecto al riesgo percibido, debido a la falta de garantía, los clientes pueden temer que el servicio sea de calidad inferior.
4. En relación a la disponibilidad de información, cuando esta es limitada, los clientes pueden experimentar mayor desconfianza hacia el servicio.

En los servicios podemos considerar también como indicadores de calidad; la ubicación del establecimiento, los tipos de equipos utilizados y las herramientas de comunicación con las que cuenta la empresa.

Además, los vendedores de bienes buscan añadir características intangibles a sus productos tangibles, como ofrecer la venta con servicio de entrega a domicilio. Por otro lado, aquellos que ofrecen servicios intentan incorporar características tangibles a sus ofertas intangibles, como proporcionar manuales detallados junto con servicios de consultoría.

Los servicios son inseparables, ya que están estrechamente ligados al proveedor de servicios, quien es parte integral de la prestación. Por ejemplo, no sería posible hacer diagnósticos médicos sin contar con pacientes.

La participación de los clientes tiene un impacto significativo en los resultados del servicio, ya que la calidad de los servicios está dependerá de la colaboración mutua entre el consumidor y el proveedor.



Los vendedores, que también actúan como productores de servicios, desempeñan un papel crucial para convertir a un consumidor en cliente.

Si bien es cierto, los bienes son producidos antes de venderse, mientras que los servicios son vendidos antes de su producción, en ambas situaciones es necesario identificar las necesidades de los clientes y diseñar productos idóneos.

Los servicios son variables, dado que el nivel de satisfacción con el resultado de un servicio está influenciado por las circunstancias en las que se presta. El primer contacto entre el consumidor y el proveedor es especialmente importante en la prestación de servicios, especialmente cuando hay múltiples interacciones.

La forma en que se maneje la variabilidad en los servicios determina si el cliente percibe la experiencia de manera favorable. Por lo tanto, es recomendable tomar acciones oportunas, como seleccionar y capacitar al personal adecuadamente, llevar registros de satisfacción de la clientela y tener en cuenta reclamos, sugerencias, encuestas y comparaciones de compra.

Los servicios son perecederos, a diferencia de los bienes materiales que pueden ser producidos, vendidos y consumidos en momentos diferentes. Los servicios se venden primero, se producen y se consumen simultáneamente. Debido a su naturaleza, un servicio no se puede almacenar.

Por ejemplo, un pasaje de avión o una habitación de hotel que no se utilicen en un momento dado se pierden y no son recuperables.

La estacionalidad, con temporadas altas y bajas, crea desequilibrio entre la oferta y la demanda de servicios turísticos, lo que resalta la naturaleza perecedera de los servicios y puede resultar en precios elevados o incumplimientos de contrato, lo



cual afecta negativamente la satisfacción del cliente y reduce la vida útil de los destinos turísticos.

Para mitigar estos graves desequilibrios, se pueden implementar las siguientes medidas:

- Para atender la demanda, es posible aplicar tácticas de variación de precios, brindar servicios adicionales a los clientes en espera o utilizar sistemas de reserva para controlar la demanda.
- En cuanto a la oferta, una opción es contratar personal a tiempo parcial, en especial durante los horarios de mayor demanda.
- Los servicios son inter-dependientes, hay una clara relación de interdependencia entre las empresas prestadoras de servicios turísticos, porque todos los servicios son mutuamente complementarios, y consecuentemente el cumplimiento y desempeño de unos condiciona y supedita el éxito de otros, lo cual es determinante para el resultado del servicio en su conjunto, particularmente para el punto de vista del cliente.
- Cuando se ofrecen paquetes turísticos, es necesario incluir una variedad de servicios, como alojamiento, transporte y alimentación, entre otros.
- Comparativamente, un servicio tiene un mayor número de características en comparación de un bien, por tal motivo los errores y las fallas en los servicios son más evidentes. A mayor número de elementos que forman el servicio, mayor es el riesgo de cometer errores, y mayor la probabilidad de insatisfacción del cliente, porque éste suele prestar más atención al elemento menos satisfactorio.



- A medida que la prestación del servicio se incrementa, es más probable que se produzcan discordancias en relación a las normativas de calidad y, por lo tanto, resulta más difícil controlarlo.
- Las características físicas de un servicio influyen en la percepción de sus valores indirectos. Por ejemplo, la solidez de las habitaciones de hotel puede compensarse con la amabilidad del personal, la variedad de información y la confiabilidad de la empresa.
- A diferencia de la producción de bienes, donde los avances tecnológicos mejoran la calidad del producto, en la producción de servicios se debe centrar en el desarrollo de habilidades y conocimientos del personal. Tradicionalmente, se invertía en la automatización para reducir costos laborales, pero actualmente se busca invertir en el desarrollo del recurso humano para mejorar la calidad de los servicios.
- En la fabricación de productos, mejorar la calidad resulta en la reducción de costos e incremento de las ganancias. Sin embargo, en la prestación de servicios, mejorar la calidad no resulta en reducción de los costos, pero sí aumenta los beneficios al evitar errores.

### **Atributos para valorar un servicio**

Para valorar un servicio podemos considerar las siguientes características:

- Acogida: que se refleja en la amabilidad y cortesía del personal, en la disponibilidad de puntos para información, en la facilidad para recibir asesoramiento y en una adecuada señalización en cada ubicación, entre otros aspectos.



- **Comodidad:** que resulta de un conjunto de condiciones favorables, como el fácil acceso, la fluidez en la circulación y la posibilidad de descanso, así como una entrega ágil de los productos. Además, se considera la importancia de contar con buena iluminación, buena ventilación y un ambiente agradable.
- **Opciones:** deberán ajustarse a la capacidad económica de los clientes objetivo para cada producto o servicio.
- **Precios:** deben estar acorde a las capacidades de gasto de los clientes para cada producto o servicio ofrecido.
- **Gama de productos:** que abarca una amplitud y diversidad de productos disponibles, considerando las necesidades y preferencias de los clientes.

### **Actores del turismo**

- 1) **Oficinas de información turística:** son aquellas entidades públicas o privadas que manejan la información referente a las actividades turísticas de una región o destino turístico. A ellas recurre en primera instancia un visitante o turista para obtener información.
- 2) **Empresas de alojamiento:** Abarca todo servicio que permita al turista acomodación y techo, dentro de ciertas condiciones de seguridad y confort, mediante el pago de un precio; algunas veces se completa este servicio con el de alimentación y otros.
- 3) **Restaurantes:** son aquellos establecimientos abiertos al público, donde se expenden alimentos y en algunos casos bebidas y licores.
- 4) **Comerciantes:** aquellas personas que realizan actividades comerciales.



- 5) Artesanos: trabajadores manuales que practican un oficio de manera independiente, ya sea solos o con ayuda familiar, utilizando materiales característicos de determinadas regiones.
- 6) Atractivos turísticos
- 7) Guías: son personas que ofrecen sus servicios profesionales en el campo del turismo, brindando orientación, conducción, instrucción y asistencia al turista al momento de la prestación del servicio contratado.
- 8) Policías de turismo: es una unidad perteneciente a la Policía Nacional encargada de realizar tareas de vigilancia y control en lugares de interés turístico, así como de proporcionar información y orientación a los turistas, y gestionar las quejas presentadas por ellos.

### **Promoción Turística**

Según Miguel Ángel Acerenza, la promoción se refiere a una actividad que tiene como objetivo proporcionar información, persuadir e influir en el cliente. Esto incluye diversas actividades como promociones de venta, publicidad, ventas directas, entre otros medios, como las relaciones públicas cuando están integradas en el proceso de marketing.

Es importante destacar que, en la industria turística, las promociones se utilizan con frecuencia durante períodos de baja afluencia con el propósito de estimular la actividad, promover la apertura de nuevos destinos turísticos o mantener los ya existentes.

En resumen, las acciones publicitarias promocionales forman parte de un conjunto de herramientas que cumplen la función de fomentar estímulos para el



crecimiento y desarrollo de la industria turística, aprovechando recursos con fines económicos.

Es importante destacar que las relaciones públicas y las promociones no son sinónimos, pese que a menudo son confundidas. Las relaciones públicas se refieren al programa integral de comunicaciones utilizado para llegar a diversos públicos, como clientes potenciales, comunidades, medios de comunicación y otros asesores.

Por otro lado, la promoción emplea diferentes técnicas de comunicación para persuadir a los medios de comunicación a imprimir o transmitir historias sobre la compañía o sus clientes. Una promoción exitosa consiste en persuadir a los medios para que repitan y difundan estas ideas en múltiples ocasiones.

La promoción desempeña un rol fundamental dentro del ámbito de las relaciones públicas. Por lo tanto, analizaremos los planes, estrategias y objetivos de una campaña promocional que sea efectiva. Sin embargo, no es posible abarcar todo el espectro de una campaña de comunicación en este contexto. Nos centraremos en los fundamentos para lograr que sus artículos promocionales sean publicados en los medios de comunicación de manera rápida, sencilla y a bajo costo.

#### **Instrumentos para la promoción turística:**

- Ofertas
- Descuentos
- Volantes
- Catálogos
- Películas
- Material audiovisual



- Stikers
- Agendas y calendarios
- Anuncios de servicios públicos
- Eventos
- Fotografías
- Boletines informativos
- Seminarios
- Entre otros.

Los instrumentos mencionados anteriormente se complementan con otros medios de difusión de los recursos turísticos, cuyo argumento es el siguiente:

Existen diversos medios tradicionales para difundir los recursos turísticos de un territorio, como guías, folletos, postales y anuncios en revistas y periódicos, tanto especializados como no especializados. Sin embargo, en la actualidad, Internet ofrece posiblemente el mejor medio de difusión debido a las amplias oportunidades que brinda. Es importante tener en cuenta que, en esencia, la promoción que un territorio debe realizar consiste en mostrar sus características locales y su identidad única en un mundo globalizado. En este sentido, Internet se convierte en el canal más efectivo para lograrlo.

Es necesario complementar la creación de un sitio web de alta calidad, que se actualice regularmente y establezca vínculos con áreas vecinas y todas las ofertas del territorio, junto a una promoción adecuada del sitio haciendo uso de diversas técnicas de difusión y promoción disponibles.

## **2.2.8. Marco Conceptual**

### **1) Recursos Naturales**



Se refieren a aquellos elementos de la naturaleza que pueden ser utilizados por el turismo para fines recreativos, entretenimiento o deporte (José Domingo Begazo. “Mega tendencias del Turismo en el Tercer Milenio”. Pág. 17).

## **2) Recursos Culturales**

Hace referencia al legado cultural de Perú, abarcando desde la época preincaica hasta la actualidad. También se incluyen las obras técnicas, científicas y artísticas contemporáneas. (José Domingo Begazo. “Mega tendencias del Turismo en el Tercer Milenio”. Pág. 17).

## **3) Paisaje**

Se trata de la combinación de elementos naturales y artificiales en un área específica, que están interrelacionadas y son claramente visibles y perceptibles en forma de escenas a los ojos humanos. (concepto dada por el autor del estudio)

## **4) Ecología**

Es el estudio científico de las interacciones entre los seres vivos y su entorno, incluyendo tanto los componentes bióticos como abióticos del medio ambiente. (Dr. Antonio Brack Egg. “Ecología de un País Complejo”. Pág. 179).

## **5) Arquitectura**

Es el arte de la planificación, diseño y construcción de estructuras arquitectónicas a lo largo de las diversas etapas de desarrollo histórico de la humanidad. (Concepto, dada por autor del estudio)

## **6) Arqueología**



Es una disciplina académica esencial que se dedica al estudio de las expresiones culturales de las civilizaciones anteriores a la era moderna, cuyas fuentes de información se basan principalmente en evidencias materiales, ya que dichas civilizaciones carecían de sistemas de escritura tal como los conocemos a partir del siglo XVI. (José Tamayo Herrera. “Historia del Perú”. Pág. 11).

La arqueología es el campo de estudio que se dedica a investigar y reconstruir la historia de las civilizaciones que, habiendo desaparecido, no han dejado registros escritos sobre sus tradiciones y actividades. Para llevar a cabo esta reconstrucción, los arqueólogos deben hacer uso de todas las evidencias disponibles que perduran de dichas civilizaciones. (Lumbreras Pág. 13. 1974)

## **7) Transporte**

El transporte terrestre por carretera se refiere a la actividad comercial, generalmente de carácter privado, en la cual una empresa cuenta con una flota de autobuses u omnibuses para ofrecer servicios de transporte a lo largo de una ruta específica, ya sea en forma de líneas regulares o en servicios discrecionales. (Jordi Montaner Montejano. “Estructura de Mercado Turístico”. Pág.: 129)

## **8) Alojamiento turístico**

- Alojamiento turístico. - se refiere a las empresas comerciales que se dedican de forma frecuente y profesional a proporcionar alojamiento o residencia a las personas, a cambio de un precio, sin incluir otros servicios complementarios.
- Alojamiento Extrahotel. – Se refiere a establecimientos comerciales que ofrecen diferentes tipos de alojamiento que difieren de los proporcionados por los hoteles. Estos establecimientos se distinguen por su ordenamiento legal,



infraestructura, precios y servicios, y pueden variar en su naturaleza y características. (Jordi Montaner Montejano. “Estructura del Mercado Turístico”. Pág. 145).

## **9) Restaurante**

Establecimientos en los que se ofrece comida y bebidas a los clientes, quienes pagan un precio establecido en función del consumo. (Concepto, dado por el autor del estudio)

## **10) Política turística**

Es el arte de atender las necesidades turísticas de manera que beneficie al bienestar general y al interés público. (Simposium de Turismo. Pág. 42).

## **11) Producto turístico**

El conjunto de productos y servicios necesarios para realizar las actividades de consumo en el ámbito turístico. (Diccionario General de Turismo. Pág. 202).

## **12) Circuito turístico**

Es el itinerario turístico que incluye un viaje de ida y vuelta sin pasar por el mismo lugar en dos ocasiones. (Diccionario General de Turismo. Pág. 65).

## **13) Excursión**

Viaje o plan que tenga una duración máxima de 24 horas, incluyendo tanto el viaje de ida como el de regreso al punto de partida. En el recorrido, se visitan lugares de interés turístico sin restricciones en cuanto a la cantidad o tipos de servicios ofrecidos. (Nélida Chan. “Circuitos Turísticos”. Pág. 42).



#### **14) Promoción Turística**

Se trata de un grupo de personas y elementos que, al ponerse en movimiento, generan condiciones favorables para las distintas etapas del desarrollo turístico. Estos factores pueden aumentar la afluencia de turistas o estimular el crecimiento de la industria turística. (Diccionario General de Turismo. Pág. 203).



## CAPITULO III

### MATERIALES Y METODOS

#### 3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Azángaro

##### **Ubicación y extensión**

La provincia de Azángaro pertenece a la Cordillera Oriental, está situada en la región norcentral del departamento de Puno, en la provincia homónima, su capital es la ciudad de Azángaro. Geográficamente se ubica entre las coordenadas 14° 54' 24" de latitud sur y 70° 11' 36" de longitud oeste en relación al Meridiano de Greenwich. Además, se encuentra en la ruta principal de la carretera interoceánica, a una altitud de 3,868 msnm.

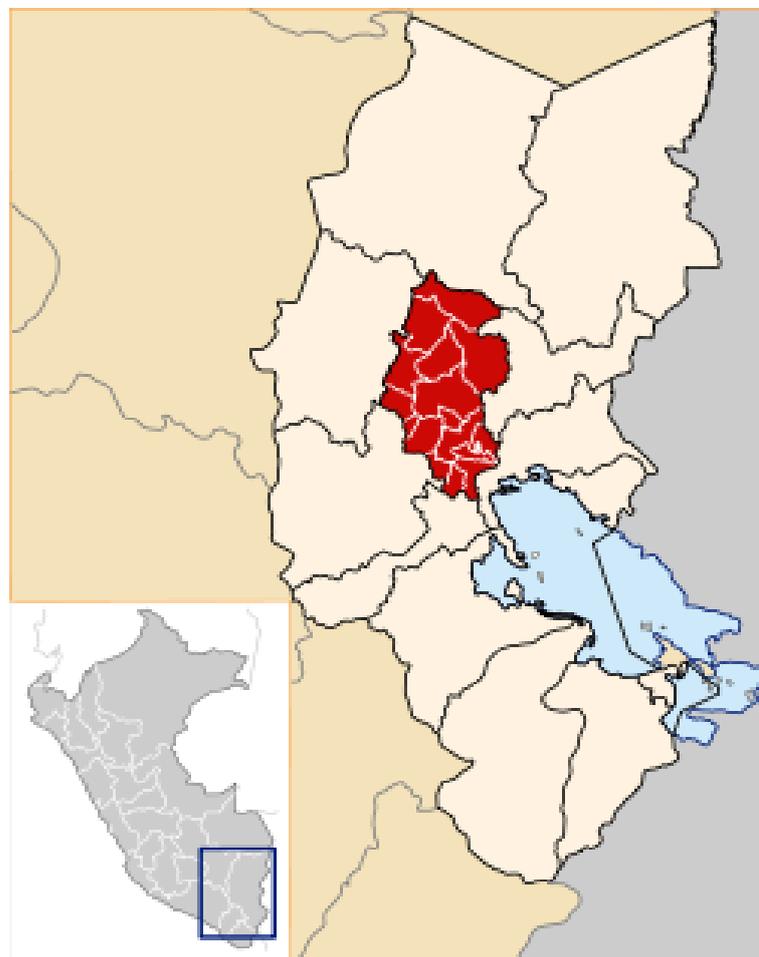
##### **División Política, Límites y clima**

La provincia de Azángaro está compuesta por quince distritos. Posee un área total de 4,970 km<sup>2</sup>, una densidad poblacional de 27.47 habitantes por km<sup>2</sup>, al norte limita con la provincia de Carabaya, al sur con la provincia de San Román, al este con las provincias de Huancané y San Antonio de Putina, y al oeste con las provincias de Lampa y Melgar.

Estos distritos se encuentran distribuidos en tres regiones geográficas distintas. Los distritos de Chupa, Arapa, Samán, Caminaca y Achaya se sitúan cerca del Lago Titicaca, a altitudes de hasta 3,846 msnm. Los distritos de Azángaro, José Domingo Choquehuanca, San Juan de Salinas y Santiago de Pupuja se encuentran en la región Suni,

distanciados del lago Titicaca pero en el altiplano, con altitudes de hasta 3,900 msnm. Por último, los distritos de Asillo, Tirapata, San José, Muñani, y Potoni se localizan en una región semi lluviosa frígida, caracterizada por una vegetación de praderas o bosques húmedos montanos subtropicales, con altitudes que van desde los 3,900msnm hasta los 4,400 msnm. Estas zonas tienen mucha relevancia para el desarrollo agropecuario y el de la economía de la provincia, ya que están principalmente cubiertas por pastos naturales.

### Ubicación de la provincia de Azángaro en Puno en relación al Perú



**Tabla 1.**

*Los distritos de la provincia de Azángaro, ubicación, altitud, superficie y densidad poblacional*

DISTRITOS	COORDINADAS		ALTITUD D	SUPERFICIE (km <sup>2</sup> )	%	DENSIDAD POBLACIONAL HAB./ Km <sup>2</sup>
	LATITUD	LONGITUD				
AZÁNGARO	14° 54' 24"	70° 11' 36"	3,859	706.13	14.21	41.99
ACHAYA	15° 16' 58"	70° 09' 36"	3,846	132.23	2.66	28.51
ARAPA	15° 08' 04"	70° 06' 30"	3,838	329.85	6.64	30.86
ASILLO	14° 47' 03"	70° 21' 13"	3,909	392.38	7.89	47.72
CAMINACA	15° 19' 15"	70° 04' 15"	3,840	146.88	2.96	25.81
CHUPA	15° 06' 06"	69° 59' 06"	3,840	143.21	2.88	72.82
JOSE DOMINGO	15° 01' 47"	70° 20' 02"	3,870	69.73	1.40	75.81
CHOQUEHUANCA						
MUÑANI	14° 46' 00"	69° 57' 12"	3,919	764.49	15.38	10.03
POTONI	14° 23' 29"	70° 06' 33"	4,148	602.95	12.13	10.35
SAMAN	15° 17' 21"	70° 00' 52"	3,830	188.59	3.79	68.60
SAN ANTON	14° 35' 17"	70° 18' 39"	3,960	514.84	10.36	13.85
SAN JOSÉ	14° 40' 36"	70° 09' 30"	4,082	372.73	7.50	19.27
SAN JUAN DE SALINAS	14° 59' 12"	70° 06' 18"	3,840	106	2.13	2.13
SANTIAGO DE PUPUJA	15° 02' 58"	70° 16' 33"	3,860	301.27	6.06	22.04
TIRAPATA	14° 57' 03"	70° 24' 08"	3,880	198.73	4.00	15.48
TOTAL:	<b>14° 54' 24"</b>	<b>70° 11' 36"</b>	<b>3,859</b>	<b>4,970.01</b>	<b>1</b>	<b>27.47</b>

*Fuente:* INEI: Compendio estadístico 2004.

## Población

La provincia de Azángaro, alberga el 12,6% de la población total del departamento de Puno, es la tercera más poblada de las trece provincias del departamento. Su población total es de 136.523 personas, según información del Censo de Población y Vivienda 2005 del INEI. Azángaro es el distrito más poblado, con 29.649 habitantes y una densidad poblacional de 41,99 personas por kilómetro cuadrado, es decir el 21,68% de toda la provincia. Por otro lado, Tirapata, el distrito con menos población, tiene sólo 3.077 habitantes y una densidad poblacional de 15,48 personas por kilómetro cuadrado, es decir, el 2,25% de la población total de la provincia.

La población de esta provincia ha aumentado a un ritmo del 1,75% entre los periodos intercensales. Posiblemente como resultado de variables relacionadas con la agitación política que tuvo lugar en las décadas de 1980 y 1990, que provocó un



movimiento considerable desde las zonas rurales hacia centros metropolitanos más prominentes como Azángaro, Juliaca y Puno, el distrito de Azángaro tiene la tasa de crecimiento demográfico mayor.

Azángaro, Asillo, Chupa y José Domingo Choquehuanca son los cuatro principales centros urbanos de la provincia en términos de distribución poblacional. Es crucial recordar que Azángaro sufre mayor incremento poblacional en comparación de los demás distritos, seguido de Asillo, Samán, Chupa y Arapa, de acuerdo a las tasas de crecimiento intercensal de cada distrito. En el resto de distritos el aumento ha sido relativamente leve.

### **Composición urbana y rural**

El 78,9% de la población de la provincia vive en zonas rurales. Los distritos son mayoritariamente rurales, con la excepción de José Domingo Choquehuanca, que tiene una mayor proporción de residentes urbanos que rurales.

En la subcuenca de los ríos Crucero, Azángaro y San José, donde la actividad agropecuaria es más intensiva que en otras subcuencas, es donde esta distribución poblacional se correlaciona más fuertemente con el crecimiento de la ganadería bovina y ovina.

Los caminos rurales y la infraestructura de riego son cruciales, ya que en las regiones rurales es más popular criar camélidos sudamericanos como alpacas y llamas que criar ganado vacuno y ovino.

Por otro lado, los distritos de Asillo, San Antón y Azángaro han experimentado un rápido crecimiento urbano como resultado de su posicionamiento estratégico a lo largo de la Carretera Interoceánica y sus contribuciones cruciales a la prosperidad de la



provincia. Como resultado, en comparación con otros distritos, muestran una mayor propensión a la urbanización. Otro conjunto de barrios que se están urbanizando más son José Domingo Choquehuanca, Muñani, Chupa y San José, donde la actividad comercial es más vibrante. Además, los grupos etarios con mayor población son los comprendidos 5 hasta los 9 años, de 10 hasta los 14 años y de 15 hasta los 19 años, lo que indica un incremento a corto plazo de la población. La población de mujeres también es algo mayor que la de varones. Los distritos mencionados, José Domingo Choquehuanca, Muñani, Chupa y San José, son considerados con altos niveles de pobreza, con índices de privación de 0,5873, 0,5303, 0,4808 y 0,2300 respectivamente.

### **Geomorfología**

La geografía de la provincia de Azángaro es moderadamente accidentada y se distingue por la presencia de llanuras con pendientes suaves. Los distritos de Chupa, Arapa, Samán, Caminaca y Achaya, así como gran parte de la infraestructura vial, de riego y eléctrica, se ubican en una región relativamente plana en la sección norte de la meseta del lago Titicaca. Ríos como el Pucará y el Azángaro cruzan estas llanuras.

Por otro lado, los asentamientos se sitúan en las partes bajas de las colinas, en regiones con pendientes más pronunciadas. Esto es particularmente evidente en los distritos de Asillo, San José, Muñani, San Antón y Potoni, donde las carreteras locales también conectan con otras ciudades y asentamientos rurales. Junto con los ríos, las subcuencas Azángaro y Pucará también cuentan con líneas de transporte que siguen los principales centros poblados. Para llegar a Potoni, la zona más aislada de la provincia, hay que atravesar las quebradas del distrito de San Antón siguiendo el curso del río Azángaro. Los distritos de San José y Muñani presentan las mismas características. Por ello, los caminos rurales pueden ser complicados, sobre todo en época de lluvias. El



sistema de riego en los distritos de Azángaro, Asillo y San José se extiende desde los puntos de captación de agua en los ríos Crucero, Azángaro y San José, beneficiando a los distritos mencionados.

## **Aspectos Económicos y Productivos**

### **1) Dinámica económica provincial**

La actividad económica predominante en la provincia de Azángaro es la ganadería, que se complementa con la agricultura, la artesanía, el comercio de productos agrícolas y productos de consumo importados y los servicios de transporte. La producción de vacas, ovejas y alpacas es reconocida como la de mayor impacto económico, a pesar de la falta de datos precisos sobre el producto interior bruto provincial. Para el consumo local, estos animales producen leche, lana, pieles y carne. También producen artículos intermedios luego transformarlos, como leche para crear queso y yogur, fibra de alpaca, cuero de oveja, alpaca y vaca. Aunque también se destinan al autoconsumo, estos bienes y subproductos, sobre todo la lana ovina y la fibra de alpaca, se venden en otras zonas y se envían al extranjero.

Con excepción de la quinua, que se transforma en hojuelas o harina y se vende en las provincias vecinas, principalmente en Juliaca, la actividad agrícola se centra principalmente en el autoabastecimiento.

El comercio, que incluye productos industriales y procesados como harina, azúcar y fideos, es otra industria importante en la provincia. Con la excepción de San Juan de Salinas, Tirapata y Achaya, estos productos se venden en mercados semanales repartidos por todos los distritos de la provincia. Los servicios relacionados al transporte son cruciales para la economía, junto con el comercio. Desde la ciudad de Azángaro se



transportan regularmente mercancías y personas a los mercados semanales de los distritos, así como a otras ciudades fuera de la provincia, como Juliaca. Además, existe un movimiento de personas y carga desde los centros poblados del distrito hacia las capitales, donde se realizan ferias semanales. En consecuencia, el mantenimiento y la revitalización de los caminos vecinales son cruciales para facilitar este flujo comercial.

## 2) Sectores primarios

### ➤ *Producción agropecuaria*

En las zonas rurales, la concentración de población se encuentra estrechamente vinculada actividad ganadera y agropecuaria, lo que ha dado lugar a la formación de unidades agropecuarias. Estas unidades se dedican principalmente a la producción agrícola para el autoconsumo y también destinan una parte importante de su producción para expendio en mercados locales y externos. Los cultivos principales en esta provincia incluyen papa, quinua, cañihua, cebada y habas.

Además, se cultiva en mayor número pastos cultivados, por ejemplo: alfalfa, dactylis, rye grass, trébol, cebada y avena. Los distritos de Azángaro, Asillo, Arapa y San José son los principales productores de pastos cultivados, lo que está relacionado con la crianza de vacunos en la zona.

Sin embargo, la actividad agrícola se enfrenta a un problema central debido a los bajos niveles de producción de los cultivos. Esta situación se debe principalmente a factores como las condiciones climáticas adversas, la erosión del suelo y su degradación, que resultan del uso inapropiado y la falta de rotación de cultivos. Además, se utilizan métodos tradicionales de cultivo y la falta de asistencia técnica por parte de entidades públicas es evidente. La falta de respaldo financiero debido a la



escasez de entidades que respalden la agricultura, así como la falta de líderes competentes y la subutilización de los sistemas de riego, también contribuyen a este problema. Por otro lado, los sistemas y canales de comercialización también presentan desafíos.

La agricultura es un complemento de la actividad de las empresas y los pequeños productores, así como de las familias que crían ganado vacuno, ovino y camélidos. Sin embargo, están limitados por el clima y el tipo, disponibilidad y calidad del suelo. Unas pocas regiones de altura, situadas por encima de los 4,000 msnm, sólo permiten el autoconsumo y la agricultura de subsistencia. En los distritos de San Antón y Potoni, esta es la situación. El principal determinante de la productividad y producción agrícola es el clima, que da lugar a una mezcla de cultivos andinos como la papa, quinua, caihua y cebada grano, así como forrajes y granos adaptados al medio regional. En localidades como Samán, Caminaca y Achaya, estos cultivos se dan en lugares esporádicos como quebradas, laderas y planicies.

Respecto a la producción agrícola en los distintos distritos durante la última campaña, se destaca la producción significativa de pastos cultivados como avena forrajera, alfalfa con dactylis y trébol con rye grass. La producción agrícola bajo riego abarca un total de 2,563 hectáreas, mientras que la papa y otros cultivos se realizan en seco. Los distritos de Azángaro y Samán se destacan como los principales productores, seguidos por Asillo, Chupa, Arapa y Caminaca. En relación a la quinua, el distrito de Samán muestra los rendimientos más altos, mientras que Azángaro tiene el mayor volumen de producción, seguido por Muñani, Caminaca y Achaya. Estos mayores rendimientos y volúmenes de producción se deben a su ubicación en la cuenca a una altitud inferior a los 3,960 metros sobre el nivel del mar, lo que les otorga condiciones climáticas más favorables.



Azángaro y Asillo, que cuentan con sistemas de regadío, son los distritos con una actividad agrícola más desarrollada. Luego se encuentran Samán, Caminaca, Achaya, Arapa y Chupa por su proximidad a la carretera de circunvalación. Es necesario cultivar avena y cebada, ya que se utilizan con frecuencia en la cría de ganado vacuno. En términos de productividad, la patata ocupa el segundo lugar con un 23,49%, seguida de la cebada forrajera con un 16,07% y la avena forrajera con un 43,49%. Esto demuestra inequívocamente el renombre de la provincia por su industria ganadera.

Los rendimientos de los cultivos son inferiores a los alcanzados a nivel departamental, particularmente en cultivos como la papa, quinua, caihua y cebada grano. Los rendimientos de quinua fueron de apenas 1,15 toneladas por hectárea en promedio durante la campaña anterior. El único distrito que produjo los mejores rendimientos de quinua (1,38 toneladas por hectárea) y papa (9,44 toneladas por hectárea) fue el distrito de Samán. Todas las unidades agropecuarias de la provincia desarrollan una actividad económica, pero la ganadería ocupa un lugar central porque genera los ingresos necesarios para satisfacer las necesidades fundamentales como alimentos, vestido, vivienda y educación de la población. El ganado bovino, ovino, camélido sudamericano y porcino, que es el principal ganado que crían los ganaderos de la provincia, ha experimentado un gran incremento. La cantidad de ganado ha aumentado en un 1% en comparación con el año 2005.

La producción de pasto cultivado, en particular la avena forrajera, ha experimentado un notable incremento en la provincia. Entre 2004 y 2005, la producción aumentó de 79,341 toneladas métricas a 96,136 toneladas métricas. Este producto constituye el 55.1% de la producción agrícola y se utiliza como alimento para el ganado, en respuesta al crecimiento de la cría de vacas y la consiguiente producción



de leche. En los distritos de Azángaro, Asillo y San José se han instalado diversas plantas procesadoras de queso, lo que ha generado una mayor demanda de semillas de avena forrajera. A pesar de esto, la cría de ovejas sigue siendo una actividad pecuaria predominante en la provincia.

Los rendimientos de la producción pecuaria han experimentado un incremento notable, particularmente en la producción de leche. Los ganaderos emplean tanto pastos naturales como pastos cultivados para alimentar a su ganado bovino. La producción promedio de leche por vaca es de aproximadamente 4.5 litros. Los distritos de Azángaro y Asillo presentan rendimientos más altos, con informes de productores que reportan entre 6 y 8 litros por vaca. En cuanto al sacrificio de animales, alrededor del 20% del total de vacunos y el 19% de los ovinos son llevados a los mataderos, obteniendo un rendimiento promedio de carne de aproximadamente 12 kilogramos. Además, se realiza el ordeño de aproximadamente el 15% de las vacas, con un rendimiento de apenas 4.5 litros por vaca. Ambas actividades se benefician de la existencia de infraestructuras agropecuarias, como los canales de riego. Según los informes de la Junta de Regantes del Distrito de Riego Ramis, en Azángaro se encuentran seis comisiones de riego, lo que representa aproximadamente el 14.6% del total de comisiones de regantes en la provincia. Los distritos de Azángaro, Asillo-Progreso, San José, San Antón, Muñani y Potoni, junto con sus respectivos centros poblados, se benefician de estas infraestructuras de riego en la producción de pastos cultivados. En cuanto a ganado vacuno, el distrito de Azángaro es el que más ganado tiene, seguido de Asillo, San José y Muñani, y es responsable del 18,8% de la producción total de carne, leche, lana y fibra del país. Debido a la presencia de extensos sistemas de riego en estos distritos, Azángaro destaca como la región que más leche produce, seguida de Asillo y San José. Las principales regiones productoras de ovinos

en carne y lana son Azgaro, Muñani, San José y Asillo. En cuanto a los camélidos sudamericanos, San Antón y San José son los siguientes productores de fibra y carne de alpaca, seguidos del distrito de Muñani. Por último, en las zonas de Samán y Caminaca se produce la mayor parte de la carne de cerdo.

Las vías rurales de mayor actividad ganadera de la provincia se encuentran en los distritos de Azángaro, Asillo, Progreso y San José. Los más relevantes son las vías que conectan Azángaro con Asillo-Progreso, seguidas de las que unen Azángaro con San José, y finalmente, de Azángaro a Muñani.

#### ➤ ***Sector minero: no metálicos***

En el departamento de Puno, se encuentran varias zonas y sitios de extracción minera, tanto de minerales metálicos como no metálicos. Salvo la minería de no metales como la de sal gema en la zona de San Juan de Salinas, yeso y ciertos materiales para construcción, no se observa presencia destacada de actividad minería en la provincia de Azángaro.

#### ◆ **Depósitos de sal gema**

A una altura de 3.800 msnm y a unos 12 kilómetros al sureste del distrito de Azángaro se encuentran los recursos de sal gema de la provincia. Estos yacimientos son formaciones rocosas expuestas de calizas, areniscas y pizarras que datan del Cretácico. Además, los tramos llanos de la subcuenca del río Azángaro están cubiertos de sedimentos lacustres y fluvio-aluviales de la era Cenozoica. Las capas estructurales de la subcuenca del Azángaro presentan numerosos pequeños pliegues entre los que se sitúan los depósitos salinos. La concentración de sal en la laguna está vinculada a una fuente de alimentación que se cree está conformada por capas alternantes de



sedimentos marinos impregnados de sulfatos y cloruros de sodio. Estos sedimentos son disueltos en el agua de lluvia y transportados hacia la cuenca lacustre actual y a los pozos ubicados en sus orillas. Para incrementar el nivel de producción de estas sales, se requiere aumentar la cantidad de pozos para recibir el agua salina, así como instalar bombas de succión que faciliten el rápido traslado del agua de un pozo a otro, lo que ofrecería ventajas en términos de eficiencia de tiempo y mano de obra.

#### ◆ *Materiales de construcción*

En la provincia se llevan a cabo actividades de aprovechamiento de recursos naturales para la construcción de viviendas, como la extracción de arena granulada y piedras de los márgenes de los ríos. Además, se hace uso de canteras de arcilla para el revestimiento de carreteras. Estos materiales de construcción se obtienen principalmente de canteras ubicadas en las zonas de Santiago de Pupuja, Salinas, Arapa y Chupa, así como a lo largo de los ríos Azángaro. Estas áreas son las principales productoras de materiales de construcción en la región.

#### ◆ *Calizas, yeso y arcillas*

Se están llevando a cabo actividades relacionadas con la extracción y aprovechamiento de depósitos de yeso en Cruscunca y Sancolla, ubicados en la zona de Chupa, en la provincia de Azángaro. Estos yacimientos han sido objeto de investigación por parte del Banco Industrial. En la región de Huito Balsapata, específicamente en José Domingo Choquehuanca, también se extrae yeso de alta calidad y caolín. En el área de Santiago de Pupuja, se practica la extracción de arcilla, conocida como llinqui, sao y challa. Estas arcillas se encuentran principalmente en las localidades de Mercedes y Angostura y se utilizan en la producción de cerámica. Además, en la región de Challone, en el distrito de Arapa, Cementos Sur ha



identificado un extenso recurso carbonífero de aproximadamente 2.000 hectáreas. Es importante destacar que la provincia de Azángaro cuenta con concesiones mineras significativas en varios distritos, como Azángaro, San José, Santiago de Pupuja, San Antón, José Domingo Choquehuanca, Potoni y Arapa. No obstante, estas concesiones aún no han sido completamente explotadas.

### ➤ *Sector pesquero*

La actividad pesquera en la provincia de Azángaro se centra en la captura de especies nativas, como la boga, el karachi, el mauri y el umanto, así como en la cría de truchas en la laguna de Arapa. Esta actividad complementa la producción agropecuaria y cumple un rol importante en el sustento de muchas familias de la zona. Sin embargo, se ha observado que el modelo de trabajo familiar en cada comunidad ha obtenido resultados más favorables en comparación con la empresa multicomunal, que no ha tenido tanto éxito.

Después de un proceso de planificación en el que participaron miembros de las comunidades de Chupa y Arapa, se llevó a cabo la inauguración oficial de una planta de procesamiento de truchas en noviembre de 1998, ubicada en la comunidad de Iscayapi. Durante ese mismo año, los agricultores de las 12 comunidades cercanas recibieron capacitación por parte del Equipo Pastoral de la parroquia Chupa y Arapa en técnicas de producción y manejo de truchas en jaulas flotantes, construcción de jaulas, organización empresarial y estrategias de comercialización. Gracias a esta capacitación, se establecieron microempresas legítimas en diferentes áreas, incluyendo la producción de truchas de tamaño adecuado para su venta en el mercado.

La implementación de piscifactorías de truchas en el lago Arapa se llevó a cabo mediante microempresas propiedad de los residentes locales. Las microempresas de



cría de truchas en San Pedro, San Pablo y José Olaya suministran productos a la empresa transformadora Arapa S.A., que tiene una capacidad de producción diaria de 1 tonelada y una producción mensual de 30 toneladas. Estas truchas se distribuyen y venden a nivel nacional bajo las marcas reconocidas de Bells, Florida y Arapa.

Durante los años '90, se establecieron alrededor de 22 microempresas dedicadas a la cría de truchas, aunque no todas se encuentran actualmente en funcionamiento. La empresa San Pedro y San Pablo S.A.C. comercializa sus productos a nivel local, regional, nacional e internacional, participando en diversas ferias, exposiciones y festivales tanto en Perú como en el extranjero. El objetivo es transferir estas empresas a los propios empleados una vez que cumplan con los requisitos necesarios en términos de gestión responsable, capacidad profesional, habilidades de administración e integridad. En la actualidad, la empresa opera como una asociación mixta entre los trabajadores y la parroquia, y se presenta como un modelo a seguir para aquellos interesados en la cría de truchas, además de ser una alternativa para abordar los desafíos relacionados con la pobreza y el desempleo en la región del altiplano puneño.

La cría, explotación y venta de truchas de alta calidad en la provincia de Azángaro, específicamente en el distrito de Arapa, ha convertido a esta zona en un destacado protagonista dentro de la región de Puno. Este desarrollo ha despertado el interés de expertos en acuicultura y turismo sostenible, quienes reconocen el potencial de la producción de truchas en esta área.

### **3) Sector secundario**

En la provincia de Azángaro, las actividades industriales tienen un alcance limitado. Se pueden encontrar microempresas industriales de carácter artesanal, pero su



diversidad es reducida y su conexión con los sectores agropecuario, minero y pesquero es débil. A pesar de ello, se pueden encontrar ventajas y desventajas externas ligadas a la mano de obra cualificada y el capital financiero, así como economías externas vinculadas con la accesibilidad de los suministros agrícolas y la mano de obra no cualificada. La mayoría de las microempresas que operan hoy en día se dedican a la producción de pan, bebidas a base de alcohol, productos lácteos, extracción de sal y procesamiento de carne. Se importan bienes de consumo básicos de otros países, como azúcar, arroz y fideos.

En la provincia, se encuentran pequeños productores ganaderos que se dedican a la elaboración de productos lácteos. Además, existen cooperativas y grupos de agricultores que elaboran diversos productos como queso, mantequilla, chuño (papa deshidratada), harina de granos andinos, charqui (carne seca) y chalonga (carne de llama curada). También se pueden encontrar talleres artesanales y familiares especializados en la fabricación de catres, muebles y trabajos de cerrajería en metal. Estas actividades se centran principalmente a nivel local y se concentran en la capital de la provincia.

En las zonas rurales, la actividad artesanal tiene cierta importancia. La producción textil artesanal se realiza a nivel individual o familiar, principalmente para el autoconsumo. Se puede observar que la población dedica tiempo tanto a las actividades agropecuarias como a las actividades artesanales, utilizando herramientas fabricadas por los mismos pobladores.

La planta procesadora de truchas es la actividad industrial más representativa en la provincia. Tiene características propias empresas industriales privadas, con niveles de inversión de capital y tecnología moderna. Sus productos incluyen trucha envasada en forma de filetes, medallones y en grated.

#### **4) Sector terciario**



A pesar de que en cada uno de los distritos de la provincia hay atracciones turísticas como sitios arqueológicos, lugares naturales destacados y aspectos culturales de interés, la promoción del turismo por parte de las instituciones responsables es limitada. Sin embargo, la actividad turística tiene cierta relevancia en la provincia. A continuación, se enumeran los principales puntos de interés turístico disponibles como:

- El Santuario de Tintiri
- El Templo de oro de Nuestra Señora de Asunción
- Cundur Huasi o Casa Choquehuanca
- Centro arqueológico Cancha Cancha
- Fortaleza de Chunta Chuntani
- Petroglifos de Collana
- Centro arqueológico Inampu-Asillo
- La laguna de Arapa y su isla Iscayapi
- Mallkini fundó los sauces, con cataratas ecoturísticas y piscinas naturales.
- Laguna de Quequerana
- Se cuenta también con algunas manifestaciones de tipo cultural, como:
  - La Octava del Niño Jesús, la festividad folclórica más representativa con una decena de danzas.
  - Los carnavales, festividad tradicional con danzas autóctonas.
  - La fiesta patronal en honor a la Virgen Nuestra Señora de Asunción, que se celebra el 15 de agosto desde épocas coloniales.
  - La ceremonia mágico-religiosa de Pacharaymi Tintiri de pago a la Madre Tierra.

La provincia cuenta con una oferta limitada de servicios turísticos, como hoteles y agencias de transporte. Además, la infraestructura vial que permite acceder a los lugares turísticos en la mayoría de los distritos con atractivos no está en buenas condiciones. A

pesar de esta situación, hay algunos servicios de transporte de pasajeros disponibles en la ruta que conecta Juliaca y Azángaro. Sin embargo, el número de turistas extranjeros que visitan la zona es prácticamente inexistente y la presencia de turistas nacionales es muy escasa. Existen oportunidades para desarrollar circuitos turísticos y mejorar la infraestructura vial con el fin de fomentar la actividad turística, especialmente al conectar el eje turístico Puno-Cusco-La Paz.

Un aspecto importante del turismo interno son las festividades patronales de cada distrito. Estas celebraciones se han mantenido desde la época colonial hasta la actualidad. Algunas de las festividades más destacadas en la provincia son:

Fiesta patronal en el distrito de Azángaro en honor a la Santísima Virgen Nuestra Señora de Asunción, la cual goza de reconocimiento tanto a nivel regional en Puno como en todo el país. Esta celebración se realiza con gran devoción el 15 de agosto. Además, se organizan otras festividades que fusionan el folclore y las tradiciones, combinando costumbres del antiguo Imperio Inca con elementos de la cultura occidental. Estas festividades incluyen el tributo a la Pachamama o pago a la tierra, la conmemoración del señalacuy del ganado durante el mes de carnavales, la festividad de Santiago Apóstol el 1 de agosto, la celebración de San Miguel Arcángel el 29 de septiembre y la festividad de Todos los Santos el 1 de noviembre.

### **Antecedentes Históricos de la Provincia de Azángaro**





## 1. Periodo Arcaico

Los primeros hombres que vivían en territorios de la provincia de Azángaro, se estima su antigüedad hacia 8,000 años a.C.; los que vivían en primer momento en estado nómada, pues, iban de un sitio a otro, en busca de alimentos y vivían en los refugios, cuevas o en abrigo de los roquedales.

En este primer periodo, el hombre sólo sabía cazar animales, recolectar frutos para alimentarse; sin embargo, utilizaban algunas armas e instrumentos líticos de piedras para sus actividades cotidianas.

Las primeras manifestaciones culturales dejadas por los primeros habitantes son las pinturas rupestres, plasmadas al interior de las cuevas y en abrigo de los roquedales, obras de carácter mágico religioso, plasmadas de corte infantil, con escenas que representan animales asociadas a los hombres en pos de cacería, la que nos indica, la primera organización socio-cultural incipiente hasta convertirse en sedentarios, saliendo de su primitiva hábitat hacia la constitución de pequeños clanes, construyéndose sus habitaciones o cabañas para su residencia.

En el transcurrir del tiempo, se descubren pequeños adelantos como es la domesticación de auquénidos; luego, la agricultura, previo conocimiento de la naturaleza, el calendario del cosmos, la calidad de las rocas, conoce de las plantas y animales, diferenciando aquellos que le son útiles de los que no servían.



En estas circunstancias el hombre no pudo actuar solo, el hombre no pudo actuar sólo, sino buscó compañía en sus semejantes y así poder conseguir el sustento, surgiendo de esta forma la primera forma social, fuera de la familia.

## 2. Periodo Formativo

- *Qaluyu* (1400 – 500 ane) y Pukara (500 ane – 350 ne),

Es en la época Qaluyu, cuando se encuentra cerámica por primera vez en la cuenca norte del Titicaca en el sitio epónimo (Mohr-Chávez 1980) y en el sitio de Pukara (v.g. Mujica 1978: 297). Dicha cerámica aparece asociada a las primeras aldeas o asentamientos sedentarios de la cuenca norte del Titicaca (Mujica 1978: 298). Se desarrollan otros artefactos como las lito esculturas (huancas), los textiles, aparece la arquitectura monticular y aldeana que estuvo relacionada al desarrollo de sistemas agrícolas ( qochas y campos elevados) que pudieron sustentar a la nueva población sedentaria (Tantaleán 2010 a: 94-118). Se hace bastante evidente la utilización de los camélidos (Burgeret al.2000: 295), e obtienen materias primas como la obsidiana, de canteras lejanas (Ibíd.). Se hace patente en esta época un cambio en el modo de producir de estas sociedades, pasando de la caza-recolección a la agricultura, ganadería, y la consiguiente aparición de nuevos artefactos, que hemos mencionado, en el registro arqueológico. Existe una fase intermedia entre lo Qaluyu y lo Pukara, que solo ha sido reconocida en la cerámica (Franquemont 1986, Mujica 1987). Nos referimos a la denominada Fase Cusipata que fue identificada estilísticamente por Edward Franquemont (1986) en el material excavado por Kidder Ilen 1939, en Pukara, y posteriormente encontrada en un conjunto cerámico en el mismo sitio (Mujica 1987. También ver Oshige 2010). Aún se debe de comprobar si esta fase estilística corresponde a un fenómeno que involucra a toda la sociedad de



la cuenca norte del Titicaca o si es solo un cambio que no trasciende más allá de la zona de Pukara y cercanías.

### ➤ **Pukara**

Al igual que Qaluyu, la época Pukara ha sido identificada primigeniamente mediante el estilo cerámico (Valcárcel 1925, Kidder II 1943), principalmente mediante el estilo Pukara Policromo. Esta cerámica aparece asociada a muchos de los sitios Qaluyu, pero en una posición estratigráfica tardía o con los estratos más tardíos de lo Qaluyu. Asimismo, se aprecia conjuntamente un aumento en el volumen de los sitios. Así como en la época precedente, aparecen nuevos artefactos como la cerámica, pero que en este momento empiezan a presentar diseños iconográficos más “complejos” (mayor inversión de trabajo en su producción y representaciones zoomorfas y antropomorfas) que representan prácticas sociales, en su mayoría violentas, como la decapitación (Chávez 1992: 529, Tantaleán 2010a: 385). Asimismo, en las nuevas litoesculturas como la estela escalonada, estelas rectangulares, monolitos antropomorfos y esculturas de cabezas decapitadas, también se representan prácticas violentas (Ibíd.) y se invierte mayor trabajo en su producción, lo que se hace notorio en las dimensiones y acabados. La arquitectura se vuelve monumental y se producen espacios restringidos, privados, así como los asentamientos se ubican en las áreas elevadas del terreno para tener mejor visibilidad del terreno circundante. La agricultura sigue siendo la principal actividad productiva mediante los sistemas agrícolas de qochas y campos elevados. Los objetos producidos en obsidiana aumentan y aparecen grandes cuchillos que son representados en la iconografía de la época (Tantaleán 2010a: 385). La materialidad registrada durante esta época nos sugiere que existió un cambio que hizo necesario la producción de estos nuevos artefactos que validaran las nuevas prácticas sociales,



la elaboración de un discurso político-religioso coercitivo, la aparición de artefactos de consumo restringido para un sector de la población o clase social, los espacios restringidos donde se practicaban actividades que excluían a otros sectores de la población. Todo esto es parte de la conformación de un Estado en la zona norte del Altiplano Andino. Así pues, esta sociedad o sociedades que son parte de un mismo proceso social en esta parte del altiplano, de acuerdo con las últimas investigaciones, parecen alcanzar una extensión por el norte hasta el valle de Huancané-Putina (Plourde 2006) y la localidad de Ayaviri (Stanish 2003, Tantaleán 2005) y por el sur hasta la localidad de Chucuito (Steadman 1995). También se han postulado similitudes tecnológicas y formales de la cerámica Qaluyu con respecto a la cerámica de Marcavalle (Rowe 1978[1958]; Mohr 1980, 1981; Franquemont 1986; Mujica 1987: 28) y Chiripa (Burgeret al. 2000: 292). Adicionalmente, lo Pukara (algunos artefactos, no necesariamente una ocupación de la sociedad) llegaría hasta el extremo norte de Chile y sur de Perú, y es coetáneo a las primeras fases de Tiwanaku (Kidder II 1943; Mujica 1978, 1991; Tello 1942, 1943; Valcárcel 1925, 1932, 1935). Estas evidencias indicarían algún tipo de relaciones entre la sociedad altiplánica y las otras mencionadas.

A pesar de que las investigaciones arqueológicas en la cuenca norte del Titicaca tienen poco más de 70 años, y que ya se han excavado algunos sitios importantes (Balsaspata [Tantaleán 2005], Camata [Steadman 1995], Cachichupa [Plourde 2006], Pukara [Kidder II en 1939, Klarich 2005, Mujica[1979], Qaluyu [Mohr 1969], Taraco [Stanish y Levine 2011], entre otros), la información sigue siendo escasa, sobre todo en lo referido a los estudios sistemáticos de los valles. Los únicos estudios sistemáticos de los valles como unidades naturales son los del valle Huancané-Putina (Plourde 2006) y Quilcamayo-Tintiri (Tantaleán 2010a. Figura



5).El valle Quilcamayo-Tintiri a pesar de sus modestas dimensiones, cobra importancia por su cercanía con el valle de Pukara, donde se encuentra el sitio de Pukara, considerado como el sitio más importante para la época Pukara. Dicho valle debió articularse con el valle de Pukara tanto económica, política y socialmente, así como con otras zonas ecológicas cercanas (Tantaleán 2011a, Stanish y Plourde 2006).

Chaupisawakasi es un sitio arqueológico que surgió como resultado del progreso social acumulado y las transformaciones en los métodos de producción de la sociedad durante la época conocida como “Arcaica” o de los Cazadores-Recolectores. Este lugar fue habitado por grupos que se establecieron en el área y experimentaron distintas etapas de ocupación, como la época Qaluyu y Pukara. Inicialmente, Chaupisawakasi fue testigo de una sociedad igualitaria, pero con el tiempo evolucionó hacia una sociedad estratificada con la aparición de clases sociales. Durante este período, se desarrolló una arquitectura monumental y un grupo específico de la población comenzó a utilizar nuevos artefactos. Este grupo social asumió el control de la producción agrícola en la extensa zona comprendida entre los ríos Quilcamayo y Azángaro.

El montículo principal de Chaupisawakasi fue construido durante la época Pukara, posiblemente por individuos que consumían cerámica Pukara Policroma. Este edificio representaba la residencia principal del sitio arqueológico y albergaba a la familia o al grupo social dominante. Además de sus actividades domésticas, en este lugar se llevaban a cabo prácticas sociales destinadas a reafirmar su posición de clase. En consecuencia, Chaupisawakasi se transformó en uno de los centros administrativos de mayor importancia en el valle, estableciendo vínculos con otras áreas productivas tanto dentro como fuera de los límites naturales del valle.



➤ **Tiwanaku (800-1200 d.C.)**

La cultura Tiwanaku hace su influencia en territorio de la provincia de Azángaro en su periodo expansivo imperial por acción del dominio político, militar, económico, y religioso.

Las manifestaciones culturales que evidencian en cerámica con representación de figuras decorativas de felinos (pumas), auquénidos, aves, rostros humanos, esculturas líticas. La arquitectura monumental escalonada, el desarrollo de la agricultura en sistema de andenerías, qochas, waruwarus y en metalurgia.

La economía se basaba en la agricultura, pastoreo, pesca, textilería, comercio, etc. Es decir, continuaban con las manifestaciones culturales propias de las culturas ancestrales del altiplano.

### **3. Periodo de Estado Regional**

➤ **Qulla (1200 – 1450 d.C.)**

El desarrollo de la cultura Qulla, ubicada al norte de la ciudad de Puno, proyectándose su dominio hacia el río Ramis, Lampa, Ayaviri y Azángaro, transponiendo la cordillera de los Andes.

Esta cultura se caracterizaba por sus construcciones arquitectónicas en la superior de los cerros, consistentes en murallas de carácter militar, al interior de estas murallas se encuentran la arquitectura civil (toda una población). Además, sobresalen las chullpas rústicas, orientadas hacia el este, de forma circular construidas de material de piedras semi-trabajadas, utilizaron ripias y mortero de barro, las que fueron verdaderas tumbas a la forma de mausoleos.



En cerámica Qulla es tosca, con temperante de granos calcáreos, de engobe con tono rojo, negro y blanco, sobresalen: vasijas, platos, cántaros, ollas, y otros. La ocupación del Estado Regional Qulla, en la provincia de Azángaro, está con las características descritas en Inampu (Asillo), Fortaleza de Chunta Chunta Chuntani.

#### **4. Periodo Inca (1450- 1533 d.C.)**

Durante la era del Imperio Incaico, se llevaron a cabo destacadas campañas de conquista lideradas por prominentes gobernantes incas como Pachakutek, Cápac Yupanki y Wayna Kapac. Pachakutek emprendió una expedición hacia la región del altiplano con el objetivo de someter a los Cochabambas. Después de cruzar el Desaguadero, logró conquistar a los Chancas. Sin embargo, en su regreso a Cusco, se enfrentó a Macaya y otros grupos locales, lo que desencadenó violentos conflictos. Estas batallas les valieron el apodo de "ASWAN K' A RIS" o "hombres muy valientes". En noviembre de 1532, el Inca Ata Wallpa, quien estaba prisionero de los conquistadores españoles, ofreció llenar dos habitaciones con plata y una con oro a cambio de su libertad. Por lo tanto, ordenó la recolección de objetos preciosos de oro y plata de todo el imperio. Sin embargo, muchos sacerdotes se opusieron a esta medida (Rumi Ñawi escapó con numerosos tesoros). Cuando se cumplió el plazo de 40 días para cumplir con su promesa, el Inca fue juzgado, acusado y condenado a muerte. Engañado por Pizarro, los sacerdotes del Imperio ordenaron ocultar numerosos tesoros que no fueron entregados a los conquistadores. Esta orden se conoció como "ASWAN KARUMAN APAICHIS", que significa que las riquezas debían ser escondidas en lugares muy distantes. Es importante destacar que algunos autores sostienen la existencia de una gran cultura conocida como los SANGARUS, que posiblemente dio origen al nombre de Azángaro. Al llegar los españoles, adaptaron estas denominaciones al castellano, resumiéndolas en AZANGARO debido a su pronunciación más sencilla.



## 5. Período Colonial

En el año 1535, los españoles arribaron a Azángaro. Más tarde, en 1542, se estableció el Virreinato del Perú, que comprendía tres Audiencias: Lima, La Plata y Chile. Dentro de este contexto, Puno y Azángaro formaban parte de dicho Virreinato y estaban bajo la jurisdicción de la Audiencia de Lima. No obstante, en 1561 se creó la Audiencia de Charcas, y tanto Azángaro como Puno pasaron a formar parte de ella. En 1565, se implementaron los Corregimientos, y los Corregidores se convirtieron en las principales autoridades administrativas, lo cual llevó a la necesidad de acortar las distancias entre las



audiencias. En 1573, Cusco fue dividido, asignando una parte a Lima y la otra al Obispado de La Paz, incluyendo a Azángaro. En 1776, se estableció el Virreinato de Buenos Aires, que abarcaba la jurisdicción de las Charcas. Como era de esperar, todos los pueblos de dicha Audiencia, incluyendo Azángaro y Puno, pasaron a formar parte de este Virreinato. A pesar de algunos reclamos, en 1777 se emitió una Real Cédula que confirmaba esta incorporación. En 1780, se produjo un importante movimiento de liberación contra el Imperialismo Español liderado por José Gabriel Thupa Amar u Inga, en el cual Pedro Vilca Apaza, héroe de Azángaro, tuvo un papel destacado, exigiendo una serie de cambios a la Corona Española. En 1787, se creó la Audiencia del Cusco, que incluía a Azángaro, Lampa y Carabaya dentro de sus límites. Durante el gobierno español, se implementaron diversos modelos de organización, como la creación de las Intendencias en 1782, las cuales se establecieron en el Perú. En 1785, se creó la Intendencia de Puno, que abarcaba a Azángaro como parte integral. En 1796, se emitió una Real Cédula que devolvía la Intendencia de Puno al Virreinato del Perú, pero debido a reclamaciones, esta decisión quedó en suspenso. Posteriormente, los eventos de la Emancipación sorprendieron a todos. Después de la Proclamación de la Independencia, los pueblos debieron decidir su nacionalidad, especialmente aquellos que habían experimentado cambios constantes, como Azángaro. El 26 de abril de 1822, un decreto del Delegado Supremo del Perú, José B. Torre Tagle, reglamentó las elecciones a Diputados y estableció a Puno como departamento del Perú y a Azángaro como su provincia. Este hecho marcó el regreso a la nacionalidad peruana y fue motivo suficiente para que Puno y Azángaro consideraran esta fecha como trascendental y conmemorativa, pues significó el regreso a la patria. Estos acontecimientos fueron oficialmente ratificados por el Congreso Nacional el 21 de junio de 1825, cuando Puno volvió a surgir como departamento y Azángaro fue elevado a provincia, reconociéndose sus distritos (Castilla también lo ratificó en 1856). Simón



Bolívar, el Libertador del Norte, respondiendo al clamor del Alto Perú, fundó la República de Bolivia el 6 de agosto de 1825, y afortunadamente, se encontraron los documentos mencionados anteriormente, lo cual lo obligó a respetarlos.

## **6. Período Republicano**

En 1825, mediante una legislación promulgada el 5 de febrero, Azángaro recibió la designación de ciudad. Del mismo modo, el 21 de junio de ese mismo año, según una ley correspondiente, Azángaro se convirtió en la capital de la provincia del mismo nombre, la cual englobaba 18 distritos: Achaya, Arapa, Asillo, Caminaca, Chupa, Muñani, Potoni, Putina, Samán, San Antón, San José, San Juan de Salinas, Santiago de Pupuja, Tirapata, José Domingo Choquehuanca, Pedro Vilcapaza, Huatasani y Azángaro. El 18 de abril de 1828, el Congreso Nacional de la República honró a Azángaro con el título de "BENEMERITO y HEROICO PUEBLO DE VILCAPAZA" en reconocimiento a su destacada participación en la lucha por la libertad. Todos los habitantes de Azángaro tienen la responsabilidad de mantener este honor. Además, el 20 de junio de 1989 se promulgó la Ley N° 25065, que confiere a Azángaro el título de "AZANGARO TIERRA PROCER, CUNA DE LA REVOLUCION EMANCIPADORA DE PEDRO VILCA APAZA".

## **RECURSOS TURISTICOS POTENCIALES EN LA CAPITAL DE LA PROVINCIA DE AZANGARO Y ALEDAÑOS**

### **Zonas Ecológicas**

La cuenca del Ramis, al norte de la región de Puno, alberga una parte considerable del territorio de Azángaro. La cuenca del Titicaca alberga el sistema fluvial más grande y significativo. Una fracción menor, más especialmente el distrito de Muani, se incluye



en la cuenca del río Huancané. El clima, la vegetación y la fauna, así como otros elementos geográficos, influyen en la ecología y el entorno biológico de la provincia, confiriéndole un característico carácter serrano.

En términos geográficos, los límites de la mencionada cuenca están determinados por las coordenadas 14°00' y 15°30' de latitud sur, y 71°15' y 69°30' de longitud oeste respecto al meridiano de Greenwich. Esta cuenca se encuentra íntegramente en el departamento de Puno y abarca al rededor del 20% de su superficie total.

**Nival Subtropical (NS)**: En relación a las zonas de vida, se encuentra la Nival Subtropical (NS), la cual se extiende desde los 4,800 msnm hasta las cimas de las montañas. En esta zona, las precipitaciones pluviales varían entre 600 mm y 800 mm, mayormente en forma de heladas a raíz de las bajas temperaturas anuales. La presencia de vida en esta región es limitada, siendo escasas las observaciones de algas en la nieve y pequeños líquenes que crecen en rocas oscuras cerca del límite inferior de la nieve y la tundra. Las formaciones nivales desempeñan un papel crucial en el régimen hidrológico de los ríos y lagunas de gran altitud, ya que aportan agua a través del deshielo constante, tanto a la escorrentía superficial como a las aguas subterráneas.

El sistema fluvial principal de la provincia de Azángaro se compone del río Ramis y sus afluentes, como los ríos Ayaviri y Azángaro, junto con sus respectivos afluentes secundarios. En conjunto, esta cuenca hidrográfica cubre una superficie de 14,641 km<sup>2</sup>, incluyendo las cuencas del río Ramis propiamente dicho (427 km<sup>2</sup>), del río Ayaviri (5,743 km<sup>2</sup>) y del río Azángaro (8,471 km<sup>2</sup>).

Azángaro se ubica dentro de la cuenca del río Ramis, la cual abarca tanto el río Ramis como sus afluentes. Esta cuenca se extiende desde las orillas del lago Titicaca hasta el límite que la separa de la cuenca del río Coata, presentando un terreno de topografía



plana y pendiente moderada. Además, se extiende hacia el norte y noreste hasta las laderas de la Cordillera Oriental. Al este, limita con las cuencas de los ríos Huancané y Suches, mientras que al oeste se encuentran la cordillera del Vilcanota y la cuenca del río Coata.

La cuenca de Ramis se divide en las siguientes sub cuencas:

La subcuenca del río Azángaro, que abarca aproximadamente 4.892 km<sup>2</sup>, representa el 33% de toda la cuenca del río Ramis. Dentro de la provincia de Azángaro, se encuentran por completo los distritos de Asillo, San Antón, Azángaro, San José, San Juan de Salinas, y parte de Santiago de Pupuja, Arapa y Achaya, lo que representa alrededor del 70% de esta subcuenca. Esta subcuenca se sitúa en el centro de la provincia, desde el borde oriental de Quellopujo Chacharani, donde se encuentran nevados, hasta los límites de la cuenca de la laguna Arapa. Al norte, limita con la subcuenca de Carabaya y los nevados de Surupana, y al sur con la subcuenca de Ayaviri.

En cuanto a la fauna, las características fisiográficas y edafológicas de esta subcuenca favorecen la cría de diversos animales, como el ganado vacuno, ovino y camélidos sudamericanos, que incluyen la alpaca, la llama y la vicuña. En estado silvestre, se pueden encontrar las siguientes especies:

- Principales aves: Entre las aves más destacadas en la zona se encuentran la perdiz, la codorniz, las palomas, los gorriones, el halcón, la lechuza, los centinelas, las gaviotas, los patos silvestres, el ibis negro, el pájaro carpintero, los cernícalos, el alccamari, el gavián de campo, el chorlo, la tórtola cordillerana, las palomas domésticas, el picaflor, las golondrinas andinas, el chihuanco, entre otros. En cuanto a las aves acuáticas, se pueden observar la pata pana, el pato colorado, el pato cordillerano, la choca, el tiquicho, el chorlo de la puna, los tiulincos, las gaviotas, el zambullidor blanquito y la huaccana.



## **Bosque Petrificado de Kakenkorani**

Según estudios realizados por MINCETUR en 2011, se ha investigado el área del bosque fosilizado de Kakenkorani, que alberga árboles fosilizados del período cretácico, la última etapa de la era mesozoica. Se estima que los fósiles descubiertos en el cerro Kakenkorani, cerca de la ciudad de Azángaro, tienen una antigüedad aproximada de 130 millones de años. Estos restos se extienden a lo largo de casi 2 kilómetros en la cima del cerro, siendo el primer ejemplar encontrado a unos 1,000 metros al norte de la ciudad y el último a 2.70 kilómetros de distancia. La altitud promedio de esta zona es de 3,950 metros sobre el nivel del mar. Este bosque petrificado es un importante monumento natural en términos de paleontología y patrimonio geológico en la región. Se destaca por su valor científico, singularidad, belleza estética, significado educativo, así como su relevancia paleontológica, ecológica y cultural.

El cerro Kakenkorani, ubicado a una distancia de 2.5 kilómetros de la ciudad de Azángaro en el departamento de Puno, alberga un impresionante bosque que contiene árboles y animales gigantes que se remontan a la prehistoria y se han fosilizado. Estos son dinosaurios herbívoros que tenían una longitud de entre cuatro y seis metros y un ancho de dos metros. En total, el bosque petrificado abarca un área de dos kilómetros cuadrados. Los investigadores peruanos Ronmel Hanco y Rhonal Calcina, quienes lideran el equipo científico encargado de este descubrimiento, sugieren que estos restos podrían ser el resultado de un evento catastrófico como un diluvio universal que inundó la Tierra con agua y fuego. A lo largo del tiempo, los árboles y animales fueron arrastrados por un medio acuático y quedaron atrapados en su ubicación actual. Los árboles se encuentran en posición horizontal y están rodeados de sedimentos marinos, lo que indica su origen acuático. En la zona se pueden apreciar claramente cuatro animales y partes de otros ocho. Además, se ha contabilizado la presencia de 101 árboles de tamaño



considerable, aunque podría haber más. Los árboles y animales petrificados son fácilmente visibles y presentan detalles perfectamente conservados, lo que los convierte en un testimonio invaluable para la humanidad y una fuente de conocimiento sobre los orígenes de la vida. Durante la presentación del descubrimiento en Lima, se exhibió un pequeño fragmento de árbol petrificado que muestra claramente la combinación de madera y piedra. Según el investigador Ronmel Hanco, este bosque petrificado se encuentra a la mayor altitud en todo el mundo. La singularidad de la geomorfología del lugar, con sus imponentes cumbres, crea un paisaje fascinante y propicio para el turismo. En cuanto a la fauna, se pueden encontrar diversas especies como conejos, vizcachas, jilgueros, gorriones, perdices, cernícalos, serpientes, colibríes, águilas, bandurrias, lagartijas, codornices, y diversas especies más. La flora predominante está compuesta por helechos, tolas blancas, musgos, líquenes, stipa ichu y diversas especies más.

## **El Templo de Asunción de Azángaro**

### **Ubicación**

Ubicada en uno de los extremos de la plaza principal en la ciudad de Azángaro, en donde se observa el gran templo de Asunción, con contenido de valor histórico de carácter religioso de la época colonial.

El distrito de Azángaro alberga el Templo de Azángaro, que alberga la venerada imagen de la Virgen de la Asunción, patrona del pueblo.

### **Antecedentes de la obra monumental**

El cacique indígena Diego Chuquiwanca dedicó el Templo de Azángaro el 17 de agosto de 1824, creando un impresionante tesoro colonial. Debido a las espectaculares obras artísticas de su interior y a las decoraciones en pan de oro que encantan a todos por



su esplendor, el edificio también es conocido como el Templo de Oro. La construcción de este templo puede dividirse en cinco etapas, según el relato de Lizandro Luna: los cimientos, construidos por Diego Chuquiwanca, el posterior incendio, los trabajos de reconstrucción y embellecimiento a cargo del canónigo López de Cangas, todo el proyecto hasta 1938, supervisado por el presbítero Hilario Velazco, la conclusión de la obra en 1949 por el padre Vidal Vargas, y la etapa actual, que se realiza tras el derrumbe de la torre. El altar original, construido en 1600 por los padres dominicos, estaba hecho de ladrillo y yeso.

El altar en su estado actual exhibe magníficos retablos de madera cubiertos con pan de oro de 14 quilates en un estilo barroco destacado, así como pinturas que representan escenas bíblicas de la prestigiosa Escuela Cusqueña. Estas pinturas fueron realizadas por el maestro Isidro Francisco Moncada y talentosos artistas indígenas anónimos que posteriormente trabajaron en diversos templos de la zona. Estas obras fueron llevadas a cabo bajo la dirección de Bernardo López de Cangas, quien fue párroco hasta su fallecimiento en 1771.

En la nave principal del templo, se pueden admirar 26 pinturas, entre murales y lienzos. Además, cuenta con dos capillas laterales, la del Rosario y la de las Ánimas. El tabernáculo está confeccionado con láminas de plata repujada y el retablo principal está adornado con pan de oro. En el centro se encuentra la venerada imagen de la Virgen de la Asunción, que fue traída desde Barcelona y se celebra el 15 de agosto. En 1936, el sacerdote español Hilario Velazco llegó a Azángaro con el objetivo de reconstruir este hermoso templo, y en cuatro años logró fortalecer sus cimientos y construir sólidos soportes laterales para prevenir su posible colapso. Bajo la dirección del padre Vidal Vargas y con el proyecto y la construcción del arquitecto Leonel Velarde, se inició la edificación de la fachada actual el 15 de agosto de 1949.



La torre, que fue construida de adobe y restaurada en 1885 por el coronel José María Quiñones Lizares, albergaba una campana excepcional en Puno llamada María Asunta, la cual fue fabricada por Felipe Córdoba el 27 de julio de 1793. Felipe Córdoba también fue el responsable de la famosa campana María Angola en Cusco.

## **Santuario de Tintiri**

### **Ubicación**

El Santuario de Tintiri está ubicado al Este de Azángaro, a unos 12 km., en la comunidad de Segundo choquechambi-sector Tintiri (primitivamente Añaypampa), su acceso es por carretera de Azángaro a Muñani.

### **Antecedentes de la edificación del Santuario de Tintiri.**

El santuario de Tintiri de estilo Bizantino con estructura de adobe, construido en 1866 por Coronel José María Lizares Quiñones, uno de los gamonales más sanguinarios de Azángaro. La intención y los proyectos de construcción según la historia de la familia Lizares, se dio entre los años de 1850 e incluso anterior a este santuario existía un pequeño santuario en honor a Justo Juez, pero su real construcción se dio en 1866 por JMLQ. Con el sometimiento criminal y deshumanizado de los cuales fueron victimas los campesinos sirvientes de esa época (semi-esclavos). Este gamonal latifundista impulsa la existencia de este templo pagano aprovechando las altas confianzas de tipo militar y político que le facilitaron los Caceristas y Baltistas de la época y como también de ser un falso sacerdote de designio elegido. El final de la construcción se dio por los años de 1005 con los acabados finales.

Tintiri fue edificado a base del látigo del terrateniente, torturas, incendios, lágrimas y hasta muerte de sus colonos.



El modelo de la construcción es admirado por muchos por tener algo de parecido a NOTRE DAME DE PARIS. PERO ESTA COSTRUCCIÓN SE BASA A LA IMAGINACIÓN Jesuita que tuvo JMLQ. Es por el cual utilizó este templo para el exterminio del indio enemigo y rebelde algo parecido en la Santa Inquisición, pero en este no era expulsar al hereje-Jesuita si no al indio que desobedecía a la servidumbre y peleaba por sus tierras.

Los fundadores también bautizaron este templo como ROMERIA DEL SEÑOR DEL TINTIRI este en homenaje a la Batalla de 2 de Mayo con España del cual fueron participes los Lizares.

En el fondo de los subterráneos aún se puede encontrar las descripciones que dice: “EN DEVOCIÓN A JOSE MARIA LIZARES QUIÑONES 1860” que hace referencia al fundador.

El primer nivel del templo son laberintos subterráneos de característica militar donde sometían a los rebeldes y humildes campesinos a la prisión, torturas, castración y finalmente la muerte, sus corredores son misteriosos y extraños, por su sin fin y por los centenares de tumbas, fosas comunes y restos humanos hallados en su interior.

También se afirma que sirvió de almacén de armamentos escondidos y desviados de las fuerzas militares de los años 1890, los lugareños afirman haber encontrado escondites especiales con armamentos de la época.

En la superficie han construido un hermoso santuario de estructura muy compleja compuesto por cornisas, urnas, una variedad de arcos griegos, machones, columnas, y todo de adobe hecho a base de barro, yeso, queñua, colli, lazo, cola de piel, lana y hasta cabellos humanos. El techo es de calamina de exportación Americana. (1903). Allí por



los años de 1905-1960 se conmemoraban cada 14 de setiembre las fiestas al SEÑOR DE EXALTACIÓN Y SAN ANTONIO DE PADUA (13 DE JUNIO) Y A DOCE SANTOS QUE FUE IMPUESTO A LA indiada POR LOS Lizares, y en cuyo templo ellos también eran curas con sotana blanca y por interior con uniforme militar con armas y cuchillos ensangrentados de sangre humana, en cada fiesta los colonos deese tenían la obligación absoluta de pasar agrupadamente el gasto casi total de las fiestas, llevando danzas, comida, tragos, ofrendas para el amo, músicos, arreglos al templo, vestimenta a los santos, etc. Y enterrar sus muertos bajo costo obligado; en caso de incumplimiento eran saqueados de sus bienes y pertenencias.

### **Situación actual:**

En el lateral del templo, se encuentran pequeños altares adornados con dos columnas doradas. Lamentablemente, todas estas imágenes fueron robadas. Hay un pasadizo largo que permite acceder a las diversas capillas dentro del templo, y entre las columnas se encuentran numerosos accesos que conducen a pequeñas salas.

En el pasado, la celebración religiosa más destacada solía tener lugar anualmente el 14 de septiembre, cuando los devotos del Señor de la Exaltación solicitaban los servicios del sacerdote de Putina. Este sacerdote llegaba con suficiente anticipación para llevar a cabo diferentes preparativos religiosos, como confesiones, bautizos, matrimonios y otros rituales. Sin embargo, en la actualidad, este sitio se ha transformado en el escenario de un importante certamen de danzas tradicionales conocido como PACHARAYMI TINTIRI. En esta festividad participan diversas comunidades campesinas y distritos de la región.



- **Escribe:** Los Andes | **Cultural** - 07 nov 2009



- Mediante la Resolución Directoral Nacional N° 1613/INC, emitida recientemente, el Instituto Nacional de Cultura (INC) ha oficializado el reconocimiento del Templo de Tintiri, ubicado en la provincia de Azángaro, como un valioso bien inmueble que forma parte del patrimonio cultural de nuestra Nación.



- La congresista Margarita Sucari, quien lideró las gestiones correspondientes, reafirmó desde su despacho que fue ella quien visitó el templo el pasado mes de septiembre, acompañada por los arquitectos del Instituto Nacional de Cultura, Julio García y David Lambarry, así como por el fotógrafo Wilfredo Loayza. El propósito de la visita fue evaluar y verificar personalmente el estado de esta magnífica obra arquitectónica.
- Ubicado a aproximadamente 8 kilómetros al noreste de la ciudad de Azángaro, el templo se encuentra en una zona de baja densidad poblacional. Ha sido construido íntegramente con adobe y cuenta con sólidos pilares. Presenta una galería subterránea que alberga pasajes y criptas, mientras que en su nivel principal dispone de tres naves, un coro y dos amplias capillas laterales. Su arquitectura es cautivadora y de estilo ecléctico.
- La directora del INC, Cecilia Bákula, solicitó a los técnicos realizar una inspección exhaustiva y un registro fotográfico detallado del templo, lo cual permitió la elaboración del informe técnico necesario para la declaración oficial del Templo de Tintiri como un bien inmueble integrante del Patrimonio Cultural de la Nación.
- La congresista Margarita Sucari resaltó la importancia de impulsar y promover ahora el Proyecto de Recuperación y Valorización de este templo.
- En relación con la declaración, mencionó que esto contribuirá al desarrollo turístico, destacando que el Templo de Tintiri, además de su valor arquitectónico, representa un testimonio relevante de nuestro patrimonio cultural y religioso.

### **Otros lugares de importancia:**

#### **Macaya**



“Macaya” es el antiguo nombre de Azángaro, que se encuentra a 6 kilómetros al este de la ciudad actual. En sus inicios, solía ser una “Pascana”, es decir un lugar de descanso para viajeros que se enrumbaban hacia el alto Perú, Cusco, la Meseta del Callao y otros destinos. Con el tiempo, este lugar fue creciendo gradualmente. Entre los viajeros, como era de esperar, se llevaba a cabo el intercambio de productos mediante el “trueque”, una práctica que se desarrollaba cada vez más. Con el tiempo, este lugar se convirtió en el llamado “ASWAN Q'ATU”, el principal mercado de la zona.

### **Cancha Cancha**

El área sagrada de la antigua civilización Pucará se encuentra a una distancia de 1 kilómetro de Tintiri, específicamente en la comunidad de Huawayquía. En este sitio, se han descubierto monolitos tallados en piedra, con dimensiones de aproximadamente 3 metros de longitud y 0.8 metros de ancho, los cuales representan serpientes y cabezas de puma. Además, se han encontrado relieves de suches y lagartos, que miden alrededor de 1.5 metros de largo por 0.40 metros de ancho. Aproximadamente a 3 kilómetros de esta comunidad, se pueden encontrar petroglifos y grafolitos que exhiben una amplia variedad de formas geométricas y representaciones de animales, sumando más de 500,000 dibujos en total. Este lugar es conocido como Huaracani.

Además de estos fascinantes descubrimientos arqueológicos, Azángaro dispone de diversos paisajes naturales que ofrecen oportunidades para la práctica de diversas actividades deportivas. Entre ellas, se destacan el trekking, la escalada en montaña, la pesca, el ciclismo, entre otras opciones disponibles.

### **Manifestaciones folclóricas**

## Fiestas tradicionales, religiosas y célebres



### ➤ La octava del niño

Del 1 al 3 de enero se lleva a cabo la Octava de la Natividad del Niño Jesús, una festividad religiosa y patronal conocida como la Fiesta del Machu Niño, que en la actualidad es la principal celebración de esta naturaleza en el norte de Puno. Durante este periodo, la comunidad se une en grupos de danzas y conjuntos musicales, se realiza un desfile en honor al Niño Jesús, y se desarrollan concursos de danza y música. Asimismo, se organiza una animada Parada Folklórica en la que participan los distintos barrios, entidades públicas y privadas, así como organizaciones sociales y culturales. Estas festividades se extienden a lo largo de tres días, y cada barrio designa a un responsable encargado de organizar las celebraciones tanto en sus propias instituciones como en la vecindad. En los últimos años, esta festividad ha adquirido un carácter impresionante que combina el folclore con expresiones dancísticas llenas de vivacidad y colorido.

### ➤ Carnavales

### ➤ Semana santa

### ➤ Conmemoración de la inmolación del general Pedro Vilca Apaza

- 15 de agosto, festividad de la Virgen de la asunción
- 22 de agosto, celebración de la fundación española

### **Danzas típicas:**



- Carnaval de Arapa
- Carnaval Azangarino (Chiuchiquiada)
- Machutusoc
- Kajelos
- Wifalas de San Fernando
- Tarpuy de Santiago de Pupuja
- Wifalas de Asillo

### **Platos típicos:**



- Mazamorra de cal (hecha de quinua molida)
- Thimpo
- Pesque de quinua
- Olluco de charqui
- Chairo

### **Lugares turísticos a nivel de la provincia de Azángaro**

La provincia de Azángaro alberga valiosos recursos turísticos que engloban un rico patrimonio cultural y natural. Estos recursos comprenden monumentos arqueológicos e históricos, danzas tradicionales y hermosos entornos naturales en los diferentes distritos de la provincia. En conjunto, estos elementos poseen un gran potencial turístico en la zona. No obstante, a pesar de su valor, estos recursos no gozan de un amplio reconocimiento en el departamento a causa de la poca promoción y difusión. Esta falta de visibilidad impide atraer tanto a turistas locales como extranjeros.

Además, la provincia ofrece atractivos turísticos naturales y oportunidades recreativas en las llanuras de los distritos de Azángaro y Asillo, así como opciones



deportivas en la cordillera del Surupana y la laguna de Arapa, donde se puede practicar la pesca deportiva.

A pesar de su alto potencial en términos de belleza natural, la provincia de Azángaro no ha logrado aprovechar plenamente estos recursos debido a la escasez de recursos, falta de promoción y limitaciones en los medios de comunicación. La falta de agencias de transporte y comunicación restringe la cantidad de visitantes que pueden apreciar estos atractivos turísticos, los cuales son de importancia para el turismo en la región.

En cuanto al turismo, las zonas que poseen atractivos significativos se encuentran en la región intermedia y baja de la provincia. En los distritos de Azángaro, Asillo, José Domingo Choquehuanca y Santiago de Pupuja, se pueden encontrar vestigios arqueológicos como chullpas, templos coloniales y expresiones folclóricas, lo cual representa una oferta turística destacada. Otra área de interés está compuesta por los distritos de Arapa, Chupa y Samán, reconocidos por sus atractivos naturales, paisajes y sitios arqueológicos. Por último, los distritos de Muñani y San José también ofrecen atractivos turísticos como chullpas, vestigios arqueológicos, templos coloniales y lugares recreativos con hermosos paisajes, aunque el acceso a estos sitios se realiza a través de caminos poco desarrollados.

Por un lado, los distritos de Arapa y Chupa, y por otro lado, los distritos de Asillo, Santiago de Pupuja, Azángaro, San José y Muñani, conforman la región enfocada en el turismo. Estos distritos tienen el potencial de establecer tres rutas turísticas que convergen en Azángaro. Además, los distritos de Chupa, Arapa y Samán se dedican principalmente a la explotación de los recursos hidrobiológicos. Por otro lado, los distritos de San Antón, Potoni, San José, Muñani, José Domingo Choquehuanca y San Juan de Salinas se especializan en la transformación de productos agropecuarios.



### 3.2. PERIODO DE DURACION DEL ESTUDIO

Durante el período 2016.

### 3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

Para esta investigación, se utilizó material de encuestas como fuente de datos. El presente estudio tiene un enfoque descriptivo-explicativo, lo que nos ayudará a identificar los recursos turísticos naturales y culturales y su valor de uso. Además, se propone una estrategia de visita turística y promoción con el fin de atraer turistas a la ciudad de Azángaro y sus alrededores. Esto, a su vez, puede generar beneficios económicos para los habitantes locales, como la creación de pequeñas empresas turísticas, mejorando así su calidad de vida y otros aspectos positivos para la comunidad visitada.

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

La población estimada de la ciudad de Azángaro es de 10,000 habitantes, de los cuales, se toma en cuenta los habitantes de la ciudad para la encuesta.

#### **Muestra**

Considerando la población del universo, para la presente investigación, se ha considerado el 10 % como muestra.

En el marco de la estadística descriptiva, los resultados se muestran mediante tablas de frecuencia y representaciones gráficas en forma de histogramas.

La fórmula de aplicación, es la siguiente:

$$P = \frac{X}{M} (100 \%)$$



Donde:

X = Población

M = Tamaño de muestra

### 3.5. DISEÑO ESTADISTICO

Técnicas	Instrumentos
-Observación directa de los productos turísticos	-Fichas de observación.
-Diseño y elaboración de la encuesta.	-Cuestionario de la encuesta.
-Aplicación de entrevista a la población	-Cuestionario estructurado de la entrevista. - Cuaderno de apuntes
-Exploración de interés turístico	-Ficha de inventario de los recursos turísticos.
-Identificación de los elementos del producto turístico	-Material fotográfico, mapas, croquis, etc.
-Uso de material visual.	-Material de promociones turísticas
-Proponer Estrategias para generar el flujo de turismo.	

### 3.6. PROCEDENCIA

A pesar del alto potencial de la provincia de Azángaro en términos de hermosos paisajes naturales, estos no están siendo aprovechados adecuadamente debido a la falta de recursos, promoción y vías de comunicación. La escasez de servicios de transporte y comunicación limita la cantidad de visitantes que pueden disfrutar de estos recursos turísticos, los cuales son de gran importancia para el turismo en la zona.

### 3.7. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Técnicas para el Procesamiento y Análisis de los datos.

- Enumerar las encuestas.



- Verificar si todas las encuestas tienen datos.
- Presentar cuadros bidimensionales.
- Realizar prueba de inferencia.
- Realizar el análisis e interpretación de datos
- Para identificar los recursos turísticos de Azángaro, se ha considerado tanto una encuesta como la observación directa de los atractivos de la provincia. Esta región cuenta con valiosos elementos culturales y naturales, que incluyen monumentos históricos y arqueológicos, tradicionales danzas folclóricas y hermosos entornos naturales en sus diversos distritos. Estos recursos en conjunto conforman el potencial turístico de la zona. No obstante, a pesar de su riqueza, estos atractivos son poco conocidos en el área debido a la falta de adecuada promoción y difusión. Aunque estos tesoros turísticos podrían atraer tanto a visitantes locales como extranjeros, continúan siendo en gran medida desconocidos y poco explorados debido a limitaciones operativas, dificultades de acceso y la falta de acción por parte de las instituciones responsables de su gestión, a excepción del Festival de Danzas Folclóricas de Pacharaymi Tintiri que tiene lugar en septiembre.
- Además, la provincia ofrece atractivos naturales y opciones recreativas en las llanuras de los distritos de Azángaro y Asillo. También proporciona oportunidades deportivas en la cordillera del Surupana y la laguna de Arapa, que son destinos ideales para la pesca deportiva.

### **3.8. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

La metodología empleada en este estudio se caracteriza por ser descriptiva y exploratoria, sin dejar de lado el componente explicativo. Se reconoce que el método utilizado ha sido el enfoque y la guía para el desarrollo de este trabajo.



El auténtico enfoque ha sido un motor de cambio y avance. Su fundamento en la investigación, ya sea fundamental o aplicada, ha sido sistemáticamente mejorado hasta lograr un resultado probable y provisional, utilizando un enfoque científico y lógico de manera sistemática y completa. Todo esto con el objetivo de determinar los elementos del producto turístico en la ciudad de Azángaro, con el fin de convertirla en un atractivo destino turístico y contribuir al desarrollo del turismo en la localidad. El proceso de identificación y evaluación de los recursos turísticos tiene como finalidad convertirlos en una oferta potencial para su utilización en el sector turístico.

### **Niveles de Investigación**

El enfoque de este estudio se caracteriza por ser descriptivo y exploratorio en cuanto a los recursos turísticos naturales y culturales de la ciudad de Azángaro y sus alrededores, con el objetivo de determinar la situación actual de las facilidades y la accesibilidad.

Además, se lleva a cabo un nivel de exploración y análisis de los recursos potenciales, así como la recopilación de datos pertinentes a esta investigación.

### **Dimensiones de Análisis.**

El presente estudio abarca una investigación exhaustiva sobre los aspectos fundamentales de la ciudad de Azángaro, incluyendo su entorno natural, patrimonio cultural y la oferta de servicios turísticos disponibles. Además, se analizan detalladamente las estrategias de promoción turística implementadas con el propósito de estimular el flujo de visitantes.

### **Unidades de Análisis**

En el presente estudio se consideran, las siguientes:



- Identificación de Valores culturales
- Identificación de Valores naturales.
- Evaluación de servicios turísticos ofertados.
- Estrategias para generar el flujo turístico: Política de gestión, medios de comunicación masiva, eventos turísticos, y otros.

### **Universo de estudio**

Comprende el ámbito de estudio de la ciudad de Azángaro y aledaños.

### **Técnicas de Investigación:**

#### **a) Técnicas de Muestreo.**

La técnica utilizada fue la entrevista a través de la aplicación de encuestas a cada comunidad, de las mencionadas anteriormente.

### **3.9. TÉCNICAS INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS TÉCNICOS**

#### **a) Técnicas de Recolección de Información.**

- Se establecieron coordinaciones con el Alcalde Provincial, el teniente gobernador y otras autoridades relevantes.
- Se solicitó la autorización correspondiente al Alcalde Provincial y a las autoridades políticas de la ciudad.

En cuanto a la recopilación de información:

- En primer lugar, se llevó a cabo una presentación previa a las autoridades de las comunidades y a los residentes de la ciudad de Azángaro, donde se explicó en qué

consistía la encuesta proporcionada, la forma de completarla y la importancia de las respuestas proporcionadas.

- En segundo lugar, previo a completar los cuestionarios, se les indicó a los participantes la finalidad de la encuesta, asegurándoles que los datos recopilados serían tratados de forma confidencial y anónima. También se les proporcionó instrucciones claras sobre cómo completar el cuestionario, evitando influir en sus respuestas. Después, se les hizo entrega de un cuestionario individual y se les otorgó un tiempo aproximado de 15 minutos.
- En tercer lugar, una vez finalizada la actividad, se recolectaron los cuestionarios de la encuesta y se expresó agradecimiento al grupo de autoridades y residentes por su colaboración en el estudio.
- En cuarto lugar, una vez obtenidos los datos, se procedió a consolidarlos para su respectivo análisis estadístico.

### 3.10. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### Variables:

- Variable independiente

Recursos turísticos naturales y culturales

- Variable Dependiente

Propuesta de visita turística y estrategias de promoción para la demanda turística.

VARIABLE INDEPEND.	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS
Recursos turísticos naturales y culturales	Medio geográfico	Aspecto geográfico e histórico	Revisión documental (Fichas Bibliográficas)



	Economía	Medios de producción	Encuesta: Cuestionario
	Recursos turísticos	Recursos naturales y culturales	Observación (ficha de observación). Cuestionario de encuesta.
	Servicios turísticos	Situación actual de los servicios	Encuesta (cuestionario)
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Propuesta de visita turística.	Propuesta	Itinerario Valores culturales.	Ficha de observación -
Estrategias de promoción turística.	Mejoramiento de los servicios turísticos. Promoción Turística Promoción turística.	-Alojamiento -Restaurantes -Transporte -Publicidad -Relaciones Públicas -Promoción de ventas	Encuesta (cuestionario)  -Encuesta –(cuestionario)  -Documento

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. RESULTADOS

**Tabla 2.**

*Capacidad instalada de alojamientos no categorizados 2013*

Alojamientos	Nº Estab	Habitación	Camas
1. Señor de los Milagros	1	10	12
2. Tintiris INN	1	7	10
3. Jesús es mi Señor	1	6	6
4. Emanuel	1	17	21
Total:	4	40	49

Fuente: DIRCETUR-PUNO

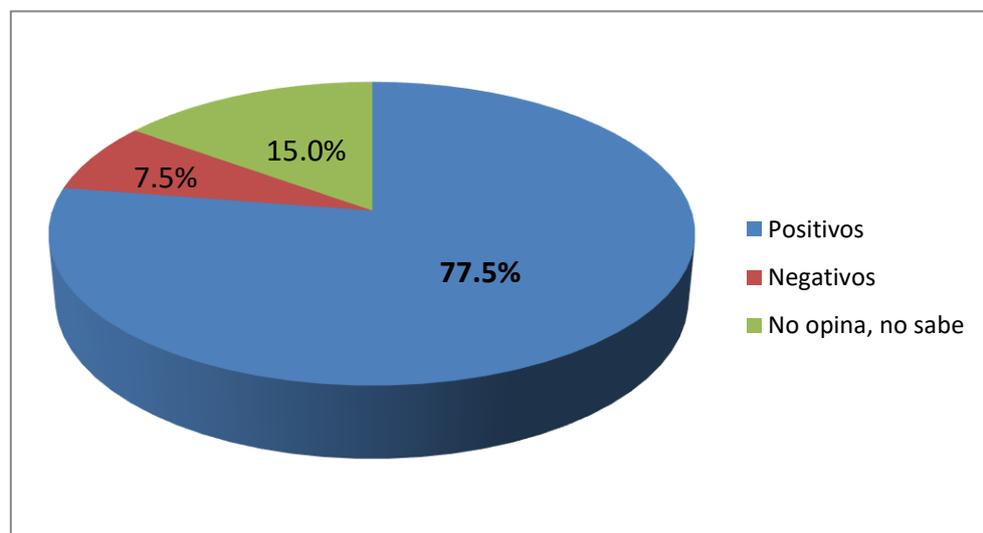
**Tabla 3.**

*Opinión de los vecinos de la ciudad de Azángaro acerca del turismo*

Alternativas	f	%
1. Positivos	31	77.5
2. Negativos	3	7.5
3. No opina, no sabe	6	15.0
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la investigación.

**Figura 1.** Opinión de los vecinos de la ciudad de Azángaro acerca del turismo



De acuerdo al Cuadro N°1, se tiene que el 77.5 % de personas encuestadas, afirman ser positivo el turismo; seguida de un 7.5 % de personas encuestadas, tienen opinión negativa acerca del turismo; finalmente, el 15 % de personas, no opinan, no sabe acerca del turismo.

En resumen, podemos decir, que la mayoría de los pobladores vecinos de la ciudad de Azángaro, tienen opinión positiva, frente a la opinión negativa, y un porcentaje menor no tienen opinión o no opina, no sabe acerca del turismo. Por lo que es necesario dar charlas de concienciación turística.

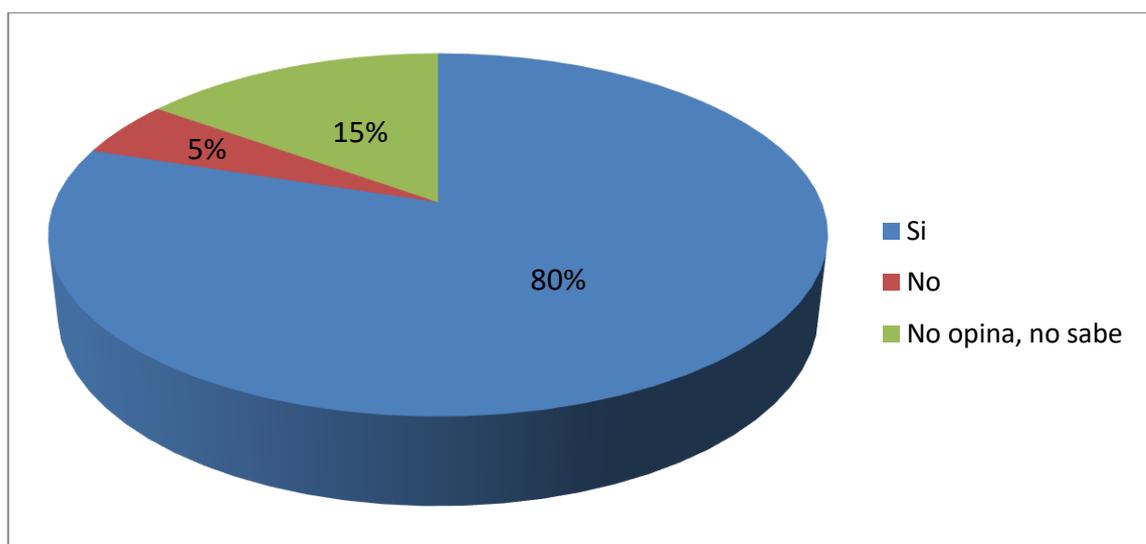
**Tabla 4.**

*Estarías de acuerdo a que los turistas vengan a visitar la ciudad de Azángaro y alrededores*

Alternativas	f	%
1. Sí	32	80
2. No	2	5
3. No opina, no sabe	6	15
TOTAL:	40	100.

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la investigación.

**Figura 2.** *Estarías de acuerdo a que los turistas vengan a visitar la ciudad de Azángaro y alrededores*



De acuerdo al cuadro precedente, se determina, que el 80 % de personas encuestadas afirman que SI, están de acuerdo a que los turistas vengan a visitar a la ciudad de Azángaro y alrededores; seguida de un 5 % de personas se oponen a la visita turística; y un 15 % de personas, no opinan, no saben de la visita turística. En resumen, la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo a que los turistas vengan a visitar a la ciudad de Azángaro y alrededores; frente a un porcentaje menor, se oponen a la visita turística; y el 15 % de personas, no opinan, no saben de la visita turística.

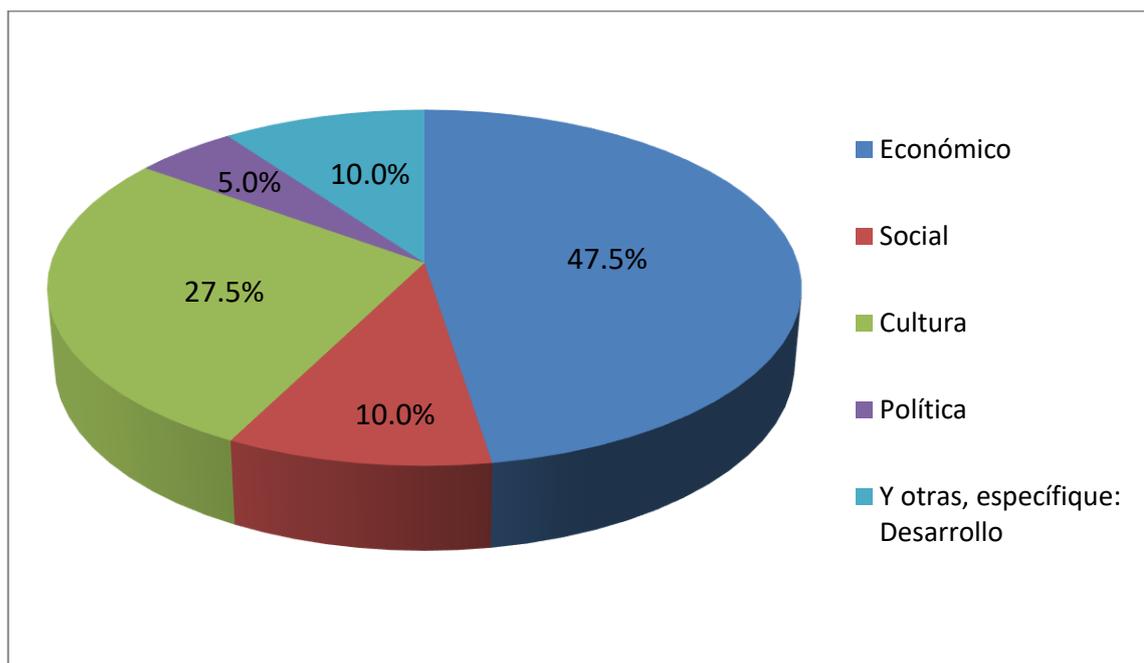
**Tabla 5.**

*Beneficios que reporta la presencia de los turistas a favor de la ciudad de Azángaro*

Alternativas	F	%
1. Económico	19	47.5
2. Social	4	10.0
3. Cultura	11	27.5
4. Política	2	5.0
5. Y otras, especifique: Desarrollo	4	10.0
<b>TOTAL:</b>	<b>40</b>	<b>100.0.</b>

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la investigación.

**Figura 3.** Beneficios que reporta la presencia de los turistas a favor de la ciudad de Azángaro



De acuerdo al Cuadro N° 3, se tiene que el 47.5 % de personas encuestadas afirman a primera vista en beneficio económico; seguida del 27.5 % de personas encuestadas, consideran en orden de prioridad al beneficio cultural; luego, de 10 % de personas consideran en dos opciones, en los beneficios que reporta el turismo, están en lo social y desarrollo turístico; y finalmente, en un porcentaje menor lo consideran como beneficio en lo político, producto de la visita turística.

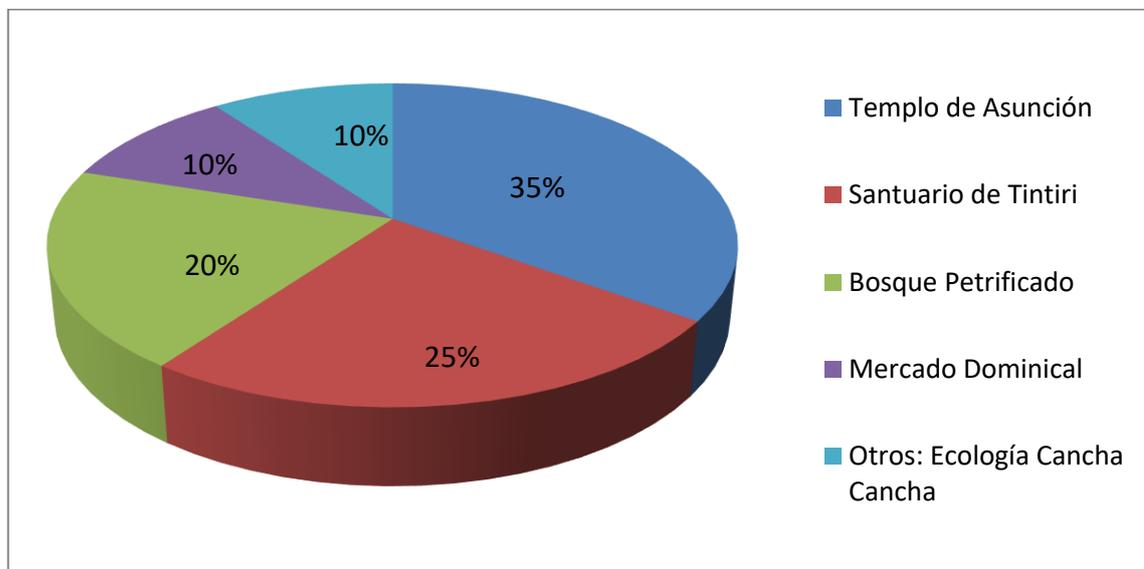
**Tabla 6.**

*Lugares turísticos de importancia para la visita turística*

Alternativas	f	%
1. Templo de Asunción	14	35
2. Santuario de Tintiri	10	25
3. Bosque petrificado	8	20
4. Mercado dominical	4	10
5. Otros: Ecología, Cancha Cancha	4	10
TOTAL:	40	100

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 4.** Lugares Turísticos de importancia para la visita turística



De acuerdo al cuadro precedente, se determina, que el 35 % de personas encuestadas, consideran como atractivo de importancia al templo de Asunción; seguida de un 25 % de personas encuestadas, consideran al Santuario de Tintiri; luego, en un 20

% de personas consideran como atractivo de importancia al Bosque petrificado de Kakenlorani; y en porcentajes menores, lo consideran como atractivo al Mercado dominical, Ecología y Cancha Cancha, respectivamente.

En resumen, podemos considerar de importancia al Templo de asunción; Santuario de Tintiri, Bosque petrificado de Kakenkorani, y los demás como Mercado dominical, Ecología y Cancha Cancha.

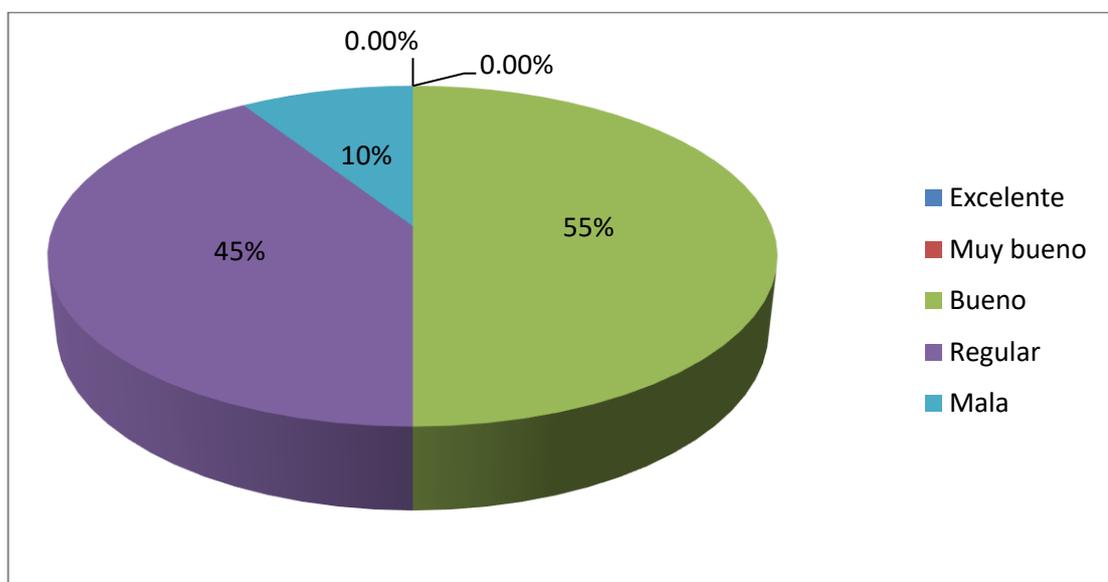
**Tabla 7.**

*Estado de conservacion de los atractivos turisticos*

Alternativas	f	%
1. Excelente	00	00
2. Muy bueno	00	00
3. Bueno	22	55
4. Regular	18	45
5. Mala	00	10
		00
TOTAL:	40	100

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 5.** Estado de conservacion de los atractivos turisticos



En referencia al estado de conservación de los atractivos turísticos, se tiene que en un 55 % de personas encuestadas, lo califican de bueno; seguida de un 45 % de personas encuestadas, las califican de regular.

En resumen, el estado de conservación de los atractivos turísticos está entre bueno y regular, respectivamente.

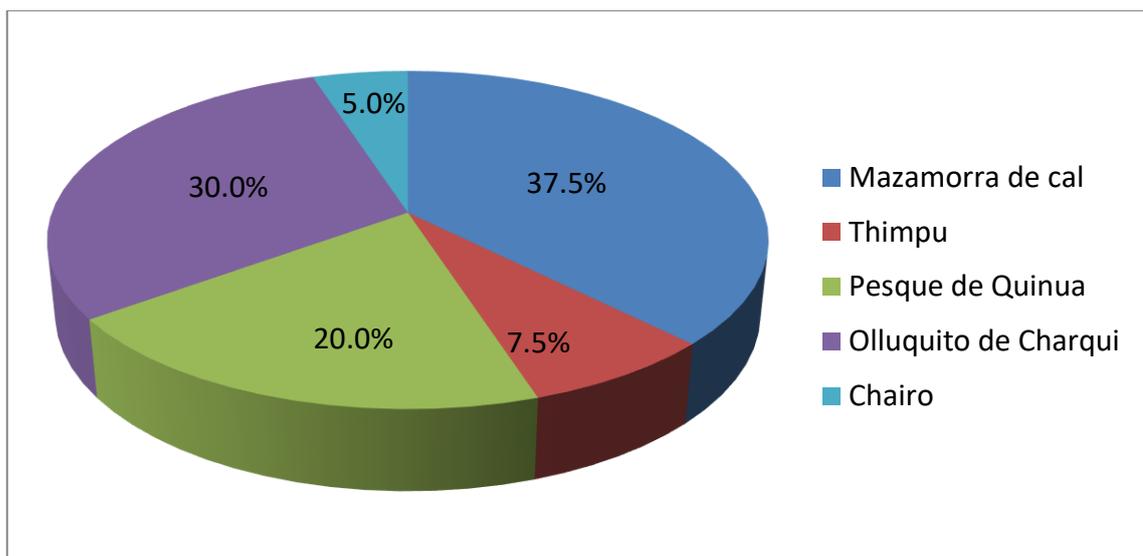
**Tabla 8.**

*Las comidas típicas existentes en la ciudad de Azangaro*

Alternativas	f	%
1. Mazamorra de cal	15	37.5
2. Thimpu	3	7.5
3. Pesque de Quinoa	8	20.0
4. Olluquito de charqui	12	30.0
5. Chairo	2	5.0
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 6.** Las comidas Típicas existentes en la ciudad de Azangaro



En el cuadro precedente, se determina, que en un 37.5 % de personas encuestadas, consideran en orden de prioridad como platos típicos a Mazamorra de Cal; seguida de un 30 % de personas encuestadas, la consideran al plato típico de Olluquito de Charqui; luego, de un 20 % de personas, la consideran al plato típico de Pesque de quinua; y en porcentajes menores están entre Thimpu y Chairo, respectivamente.

En resumen, entre las comidas típicas están en orden de prioridad: Mazamorra de cal; Olluquito de charqui; Pesque de quinua; thimpu y Chairo.

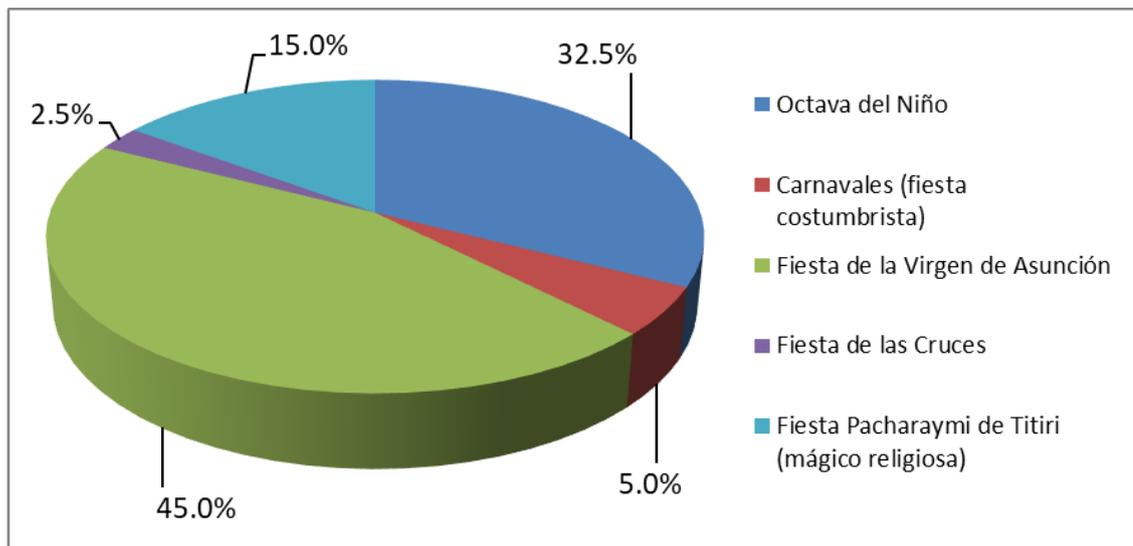
**Tabla 9.**

*Las fiestas tradicionales y religiosas de importancia de la ciudad de Azangaro*

Alternativas	f	%
1. Octava del Niño	13	32.5
2. Carnavales (fiesta costumbrista)	2	5.0
3. Fiesta de la Virgen de Asunción	18	45.0
4. Fiesta de las Cruces	1	2.5
5. Fiesta Pacharaymi de Tintiri (mágico religiosa)	6	15.0
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 7.** Las fiestas tradicionales y religiosas de importancia de la ciudad de Azángaro



De acuerdo al cuadro N° 7, se determina que el 45 % de personas encuestadas, consideran de importancia la Fiesta de la Virgen de asunción; seguida de un 32.5 % de personas encuestadas, consideran en orden de prioridad la fiesta de la Octava del Niño; Luego, de un 15% de personas encuestadas, consideran a la fiesta de Pacharaymi de Tintiri; y en porcentajes menores las consideran a las fiestas de los Carnavales y la Fiesta de la Cruces.

En resumen, podemos determinar las fiestas según su importancia están: La Fiesta de la Virgen de Asunción; la Fiesta de la Octava del Niño; Fiesta de Pacharaymi de Tintiri; las fiestas de los Carnavales y la Fiesta de las Cruces.

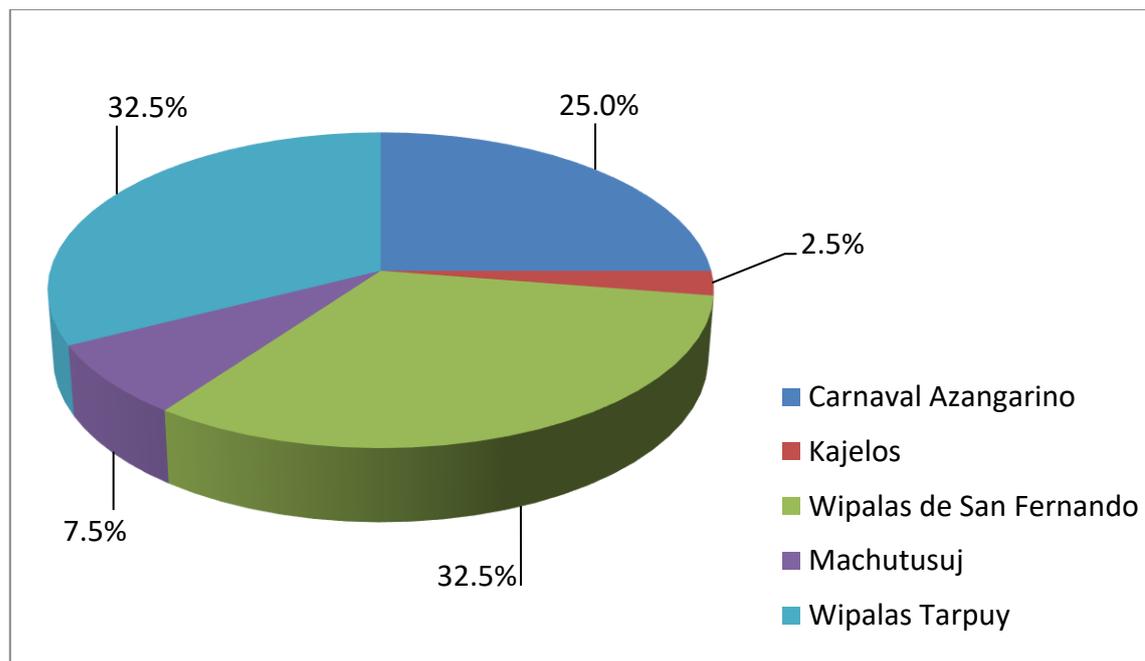
**Tabla 10.**

*Las danzas autoctonas y tradicionales que se bailan en la ciudad de Azangaro*

Alternativas	f	%
1. Carnaval Azangarino	10	25.0
2. Kajelos	1	2.5
3. Wipalas de San Fernando	13	32.5
4. Machutusuj	3	7.5
5. Wipalas, Tarpuy	13	32.5
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 8.** Las danzas autoctonas y tradicionales que se bailan en la ciudad de Azangaro



De acuerdo al cuadro precedente, se tiene que el 32.5 % de personas encuestadas, consideran a la danza Wipalas de San Fernando; y Tarpuy; seguida, de un 25 % de personas encuestadas, consideran al Carnaval Azangarino; y en porcentajes menores, las consideran a Machutusuj y Kakelos, respectivamente.

En resumen, se tiene entre las danzas autóctonas y tradicionales están: Las danzas de Wipalas de San Fernando, Wipalas, Tarpuy; Machutusuj y Kajelos.

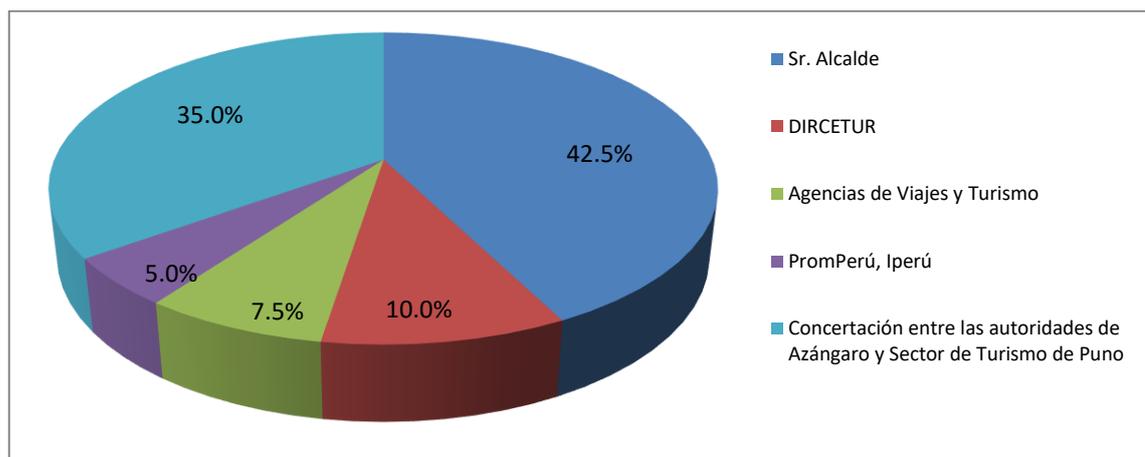
**Tabla 11.**

*Los posibles interesados para que vengan los turistas potenciales a la ciudad de Azángaro y alrededores*

Alternativas	f	%
1. Sr. Alcalde	17	42.5
2. DIRCETUR	4	10.0
3. Agencias de Viajes y Turismo	3	7.5
4. PromPerú, Iperú	2	5.0
5. Concertación entre las autoridades de Azángaro y Sector de turismo de Puno	14	35.0
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 9.** Los posibles interesados para que vengan los turistas potenciales a la ciudad de Azángaro y alrededores



De acuerdo al Cuadro N° 9, se observa que un 42.5. % de personas encuestadas, afirman que el posible interesado directo recae en el señor Alcalde Provincial de Azángaro; seguida de un 35 % de personas encuestadas, afirman como interesados directos, en la concertación entre las autoridades de Azángaro y Sector Turismo de Puno; luego, en un 10 % de personas opinan como posibles interesados a la Dircetur; y en porcentajes menores están los interesados directos como Agencias de Viajes y Turismo, PromPerú e Iperú, respectivamente.

En resumen, los posibles interesados directos, están el señor Alcalde y en la concertación entre las autoridades de Azángaro y Sector turismo de Puno, quiénes son los responsables para promover la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

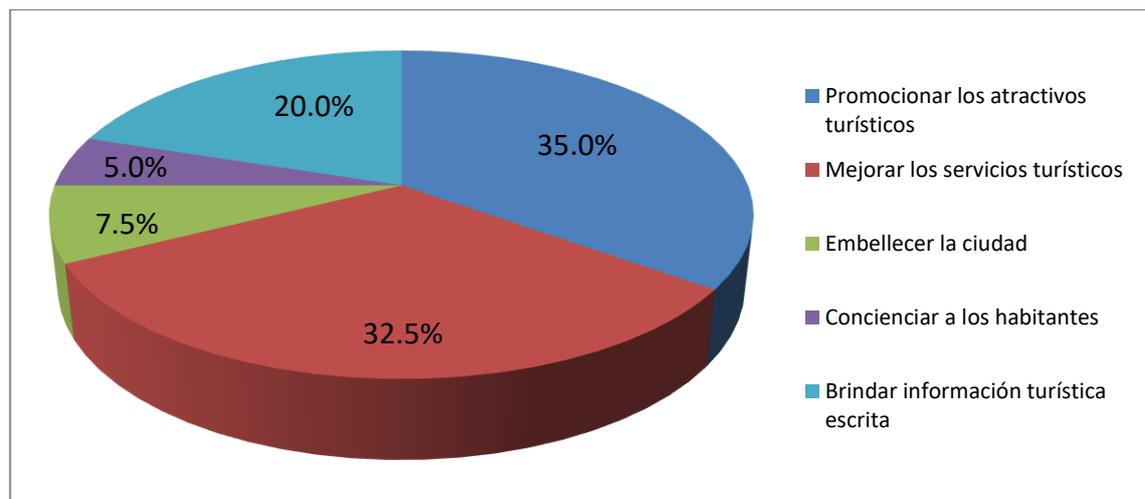
**Tabla 12.**

*Acciones inmediatas de parte de las autoridades para atraer a los turistas*

Alternativas	f	%
1. Promocionar los atractivos turísticos	14	35.0
2. Mejorar los servicios turísticos	13	32.5
3. Embellecer la ciudad	3	7.5
4. Concienciar a los habitantes	2	5.0
5. Brindar información turística escrita	8	20.0
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 10.** Acciones inmediatas de parte de las autoridades para atraer a los turistas



De acuerdo al cuadro precedente, determinamos que en el 35% de personas encuestadas, afirman realizar acciones inmediatas de promoción turística para atraer a los turistas; seguida de un 32.5% de personas encuestadas, afirman realizar acciones de mejoramiento de los servicios turísticos (alojamiento, restaurantes y transporte terrestre; luego, de un 20% de personas, opinan en brindar información turística escrita de los atractivos turísticos de la ciudad de Azángaro y alrededores; finalmente, en porcentajes

menores están en el embellecimiento de la ciudad de Azángaro, y concienciar a los habitantes de la ciudad, en ser amables con los turistas.

En resumen, las acciones inmediatas que deben asumir las autoridades locales. Están en realizar una promoción efectiva de los atractivos turísticos, seguida de mejorar los servicios turísticos y brindar información turística escrita de los atractivos turísticos.

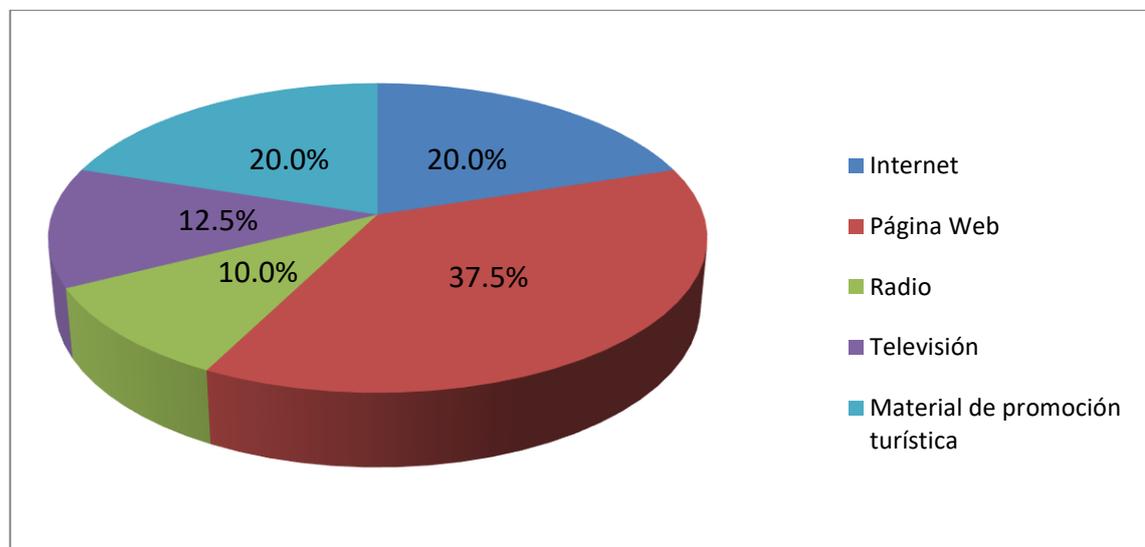
**Tabla 13.**

*Los medios de promoción turística efectiva para atraer a los turistas*

Alternativas	f	%
1. Internet	8	20.0
2. Página Web	15	37.5
3. Radio	4	10.0
4. Televisión	5	12.5
5. Material de promoción turística	8	20.0
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 11.** Los medios de promoción Turística efectiva para atraer a los turistas



De acuerdo al cuadro precedente, tenemos, que el 37.5% de personas encuestadas, afirman utilizar como medios de promoción turística efectiva una Página Web; seguidas ambas de un 20 % de personas encuestadas, consideran como medios de promoción a

Internet y material de promoción, respectivamente; y en porcentajes menores consideran a la televisión y radio.

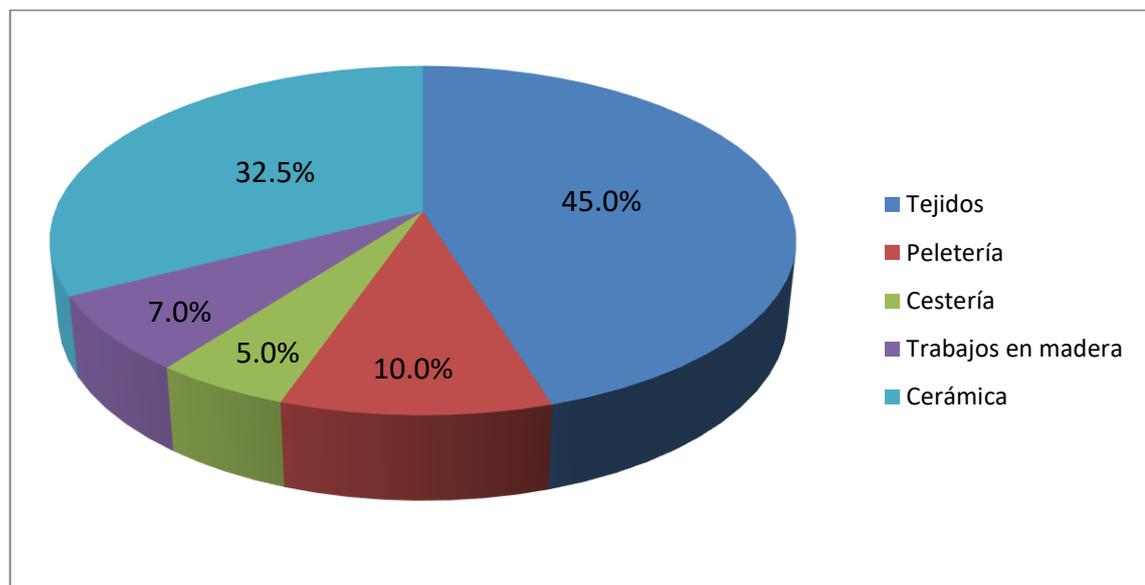
**Tabla 14.**

*Tipos de Artesanías disponibles para ofrecer a los turistas*

Alternativas	f	%
1. Tejidos	18	45.0
2. Peletería	4	10.0
3. Cestería	2	5.0
4. Trabajos en madera	3	7.5
5. Cerámica	13	32.5
TOTAL:	40	100.0

Fuente: Elaborado y procesado por el responsable de la Investigación.

**Figura 12.** Tipos de Artesanías disponibles para ofrecer a los turistas



De acuerdo al cuadro precedente, se observa que un 45 % de personas encuestadas, afirman tener el tipo de artesanía disponible los tejidos para la oferta turística; seguida 32.5 % de personas encuestadas están de acuerdo con el tipo de artesanía de cerámica; luego, de un 10 % de personas, afirman tener como artesanía disponible la peletería; y en porcentajes menores están el tipo de artesanía de trabajos en madera y cestería, respectivamente.

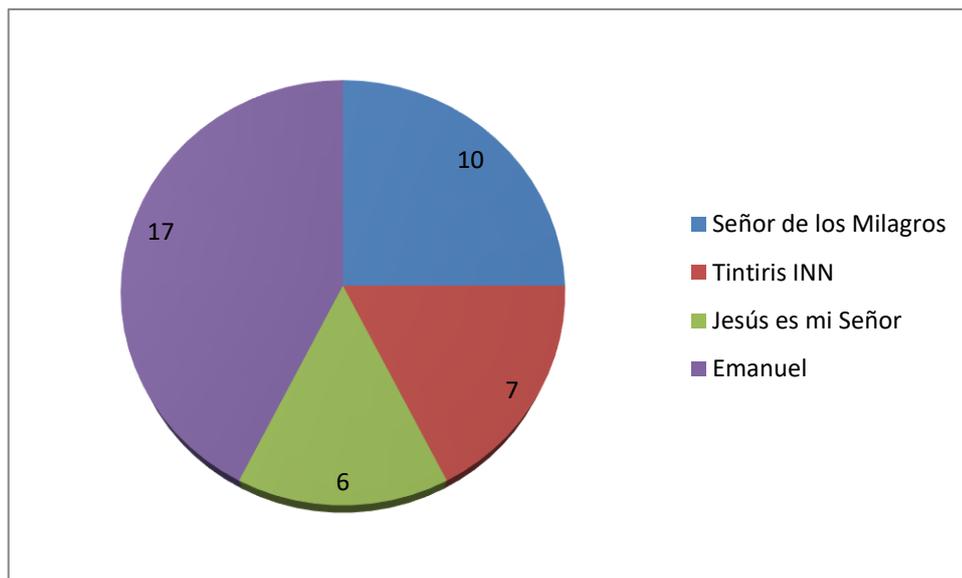
En resumen, el tipo de artesanías disponibles para ofertar a los turistas, están: Los tejidos, cerámica, peletería, principalmente, y en porcentajes menores se consideran a trabajos en madera y cestería.

**Tabla 15.**

*Capacidad instalada de alojamientos no categorizados 2013*

Alojamientos	Nº Estab	Habitación	Camas
1. Señor de los Milagros	1	10	22
2. Tintiris INN	1	7	14
3. Jesús es mi Señor	1	6	16
4. Emanuel	1	17	40
Total:	4	40	92

Fuente: DIRCETUR-PUNO



De acuerdo al cuadro precedente, están registrados 4 hoteles, las que ofertan 40 habitaciones y 92 camas disponibles para los huéspedes, fuera de los que no están registrados en Dircetur-Puno. Estas habitaciones no están bien equipadas, menos en la decoración como en el servicio de atención a los clientes potenciales.

## **4.2. ITINERARIO DE VISITA TURÍSTICA AL TEMPLO DE ASUNCIÓN**

Al ingresar al interior del templo, uno puede observar la espaciosa nave, con cielo raso a dos aguas y revestida con yeso; tiene coro alto delimitado con un barandal de madera tallada, tratada con pan de oro, con soportes policromados, sobresale la figura de Santo Toribio de Mogrovejo. En el coro existen treinta y ocho coronaciones de la virgen, talladas en madera y recientemente tratadas con purpurina plateada sobre el pan de oro. En ambos lados de la puerta se hallan unas esculturas líricas que representan a San Pedro y San Juan, bellamente trabajadas en piedra de basalto.

### **Nave lateral derecho:**

Prosiguiendo con la visita, se recorre por la derecha de la nave allí están los hermosos lienzos que constituyen bellos cuadros con marcos de madera tallada, y tratada con pan de oro, de estilo barroco del siglo XVIII.

### **Nave lateral derecho**

#### **1) Coronación de la Virgen**

La tradición relata que posterior a su fallecimiento, María es elevada a los cielos (Asunción de la Virgen) y allí fue coronada por Cristo, Dios Padre o la Trinidad.

#### **2) Asunción de la Virgen**

La celebración de la Asunción de María, también conocida como la Asunción de la Virgen, se basa en la tradición que relata que, al final de su vida terrenal, la Virgen María fue llevada al Paraíso, en cuerpo y alma. Es importante distinguir esta festividad de la Ascensión de Jesucristo.



En la Iglesia, el 15 de agosto se conmemora la celebración de la Asunción de la Santísima Virgen María. Este evento tiene un doble propósito: recordar la partida gozosa de María de este mundo y su ascensión al cielo en cuerpo y alma.

### **3) La Muerte de la Virgen María**

La Virgen María falleció en casa del apóstol Juan en Jerusalén, tres días después de recibir el anuncio del Arcángel Gabriel sobre su partida. Los apóstoles, de manera milagrosa, estuvieron presentes para presenciar su “sueño” o “dormición”, excepto Juan, quien llegó a la tumba tres días más tarde y fue testigo de su ascensión al cielo, resucitada al igual que su hijo.

### **4) Jesús Entre los Doctores**

Cada año, Jesús, María y José, asistían a Jerusalén para conmemorar la Festividad de la Pascua Judía. Cuando Jesús tenía doce años, durante una de estas visitas, había desaparecido de la vista de sus padres y se dirigió al Templo de Jerusalén. Allí, pasó tiempo escuchando a los doctores del Templo y haciéndoles preguntas, dejándolos sorprendidos por su profundo conocimiento teológico. Transcurrieron tres días antes de que lo encontraran, y cuando lo hicieron, María le expresó su preocupación y reproche. Jesús respondió preguntando: “*¿Por qué me buscabais? ¿No sabíais que debía estar en las cosas de mi Padre?*”.

### **5) La Sagrada Familia**

La Sagrada Familia hace referencia a la familia de Jesús de Nazaret, conformada por José, María y Jesús, según relata la Biblia. La festividad en honor a la Sagrada Familia se conmemora el domingo que se encuentra dentro de la Octava de Navidad, es decir,



entre el 25 de diciembre y el 1 de enero. Si no hubiera un domingo dentro de este período, la celebración tiene lugar el 30 de diciembre.

## **6) Presentación del Niño Jesús Ante San Simeón**

De acuerdo a la Ley de Moisés, los niños de cuarenta días de nacido eran presentados en el templo. En la tradición católica, esta ceremonia se lleva a cabo el dos de febrero, cuarenta días después de la festividad del nacimiento de Jesús.

Esta hermosa costumbre consiste en llevar a los niños al templo para ser presentados ante Nuestro Señor y la Santísima Virgen. Esta práctica tiene sus raíces en la Biblia, donde se relata cómo el niño Jesús fue presentado en el templo por sus padres, José y María.

Según la Ley de Moisés, el primogénito de cada hogar pertenecía al Señor y debía ser rescatado mediante el pago de una limosna en el templo. María y José cumplieron con esta ley.

Durante la presentación del niño en el templo, se ofrecían un cordero y una paloma como sacrificio al Señor. Jesús, sin embargo, no requería hacer este sacrificio, pero quiso cumplir con todas las leyes divinas y ser semejante a nosotros en todo, excepto en el pecado. Dado que María y José eran necesitados, ofrecieron dos palomas en lugar del cordero.

En el templo, un sacerdote recibía al niño y sus padres, y realizaba una oración para presentarlo ante el Señor. En ese momento, apareció un hombre llamado Simeón, quien estaba inspirado por el Espíritu Santo. Dios le prometió a Simeón que no fallecería sin antes conocer al Salvador del mundo, y al ver a los jóvenes padres con su hijo en el templo, el Espíritu Santo le reveló que aquel niño era el Salvador y Redentor.



Emocionado, Simeón solicitó a la Virgen María la gracia de sostener al Niño Jesús en brazos. Al elevarlo hacia el firmamento, compartió dos noticias, una de alegría y otra de tristeza. La buena noticia fue que aquel Niño sería una luz para todas las naciones y que muchos se unirían a él. Esta profecía se ha cumplido, ya que Jesús ha iluminado a todas las naciones y sus enseñanzas han tenido un profundo impacto espiritual.

La noticia triste era que varios rechazarían a Jesús y que la Virgen María sufriría como si una espada le atravesaría el corazón debido a su Hijo. Estos sufrimientos se manifestaron posteriormente en la huida a Egipto, la pérdida su hijo a los doce años y, finalmente, en el Calvario, donde la Virgen presenció la dolorosa muerte de su Hijo.

Desde entonces, Jesús se ha convertido en una bandera en una batalla, donde algunos lo aclaman como amigos y otros lo atacan como enemigos. En cada pecado, actuamos como enemigos de Jesús, pero cuando hacemos el esfuerzo por ser buenos y obedecer sus mandamientos, nos comportamos como sus amigos.

## **7) Adoración de Jesús por los pastores**

Incluye la escena de la adoración de los pastores, quienes presencian directamente el nacimiento en el lugar de su origen, comúnmente retratado como un pesebre, establo o portal cercano a Belén. Esta escena está basada en el relato de san Lucas, que no se encuentra en ningún otro Evangelio canónico. Según esta narración, un ángel se apareció a un grupo de pastores anunciándoles el nacimiento de Cristo en Belén. Luego, una multitud de ángeles se les presentó, proclamando “¡Aleluya! Paz en la Tierra a los hombres de buena voluntad”. Se cuenta que los pastores fueron a visitar a Jesús y luego regresaron a cuidar de sus rebaños. En ocasiones, esta escena se combina con la adoración de los Reyes Magos.

## 8) Procesión de la Virgen

Una procesión es un evento religioso en el que un grupo de personas se desplaza de un punto a otro, o bien regresan al punto de partida, como parte de un desfile organizado.

Continuando con la visita y estando cerca a Púlpito y por debajo de los inmensos cuadros están pequeños retablos a manera de hornacinas están:

1. **RETABLO DE SAN FRANCISCO DE ASÍS:** (escultura) retablo de madera de cedro, tratado con pan de oro y con aplicaciones de policromados, tiene dos columnas salomónicas, y en la parte superior presenta tres coronaciones. La Imagen del San Francisco de Asís, es de posición vertical, cuyo atributo principal es el Crucifijo, con incrustaciones de círculos de concha y perla; muy próximo está una imagen pequeña al parecer se atribuye a San Cipriano.

Francisco Assisi; Asís, actual Italia (1182-id., 1226). Fundó la orden franciscana. Aunque provenía de una familia adinerada, era conocido por su estilo de vida mundano en su juventud.

En 1202, fue encarcelado por una disputa entre las ciudades Asís y Perugia. Después de este episodio y debido a una enfermedad, Francisco experimentó un cambio de corazón y decidió dedicarse a ser apóstol y ayudar a los pobres. En 1206, decidió renunciar de forma pública a la riqueza de su padre y adoptó una vida eremítica.

San Francisco de Asís predicaba la importancia de vivir en la pobreza como un valor central y propuso un estilo de vida humilde que se basaba en los principios evangélicos. El papa Inocencio III aprobó su forma de vida religiosa y

le concedió permiso para predicar, además de ordenarlo como diácono. Con el tiempo, el número de seguidores de Francisco creció y él estableció una orden religiosa conocida como los franciscanos. Asimismo, junto a Santa Clara, fundó la rama femenina de la orden, conocida como las clarisas.

Con el transcurso del tiempo, la dirección de la orden fue asumida por miembros, como el cardenal Ugolino (quien más tarde se convirtió en Papa) y el hermano Elías, lo que permitió que Francisco se dedicara plenamente a la vida espiritual. En este periodo, Francisco afirmó haber recibido los estigmas, las heridas de Cristo en su propio cuerpo, según su propio testimonio. Además, compuso el célebre poema conocido como el “Cántico de las criaturas” o “Cántico del hermano sol”, el cual ejerció una gran influencia en la poesía mística española posterior.

Dos años posteriores a su fallecimiento, el 15 de julio del año 1226, San Francisco de Asís fue proclamado santo. Sus seguidores lo apreciaron enormemente tanto por su estilo de vida austero como por su habilidad poética.

2. **RETABLO DE LA VIRGEN DE LA CANDELARIA:** El retablo de dos pisos, con columnas salomónicas, ostenta repisas de medio arco y tallada, obra trabajada con pan de oro y figuras policromadas, en la parte central se encuentra un pequeño tabernáculo. En la parte central se encuentra la Virgen de la Candelaria (escultura de la época republicana), con corona de plata, bañada con pan de oro, calda repujada y cincelada; en la mano derecha sostiene una pequeña canastilla de plata; mientras en la izquierda sostiene a su niño. En la parte superior de la Virgen de la Candelaria, está la imagen de Santa Rosa de Lima, virgen que sostiene a un niño (de la imaginería colonial cuzqueña).

3. **RETABLO DE LA VIRGEN DOLOROSA:** Retablo de madera, con dos columnas salomónicas, repisas policromadas; la imagen es una de las más antiguas del templo, se hace notar que las lágrimas son de cristal, tiene una diadema de oro con quince rayos, calada cincelada y repujada, cinco broches esmaltados, cuatro broches con piedras preciosas; 28 brillantes, una medallita, donde se visualiza a la Virgen María con ocho esmeraldas; en siete de sus rayos rematadas con piedras preciosas (perlas).

#### 4. PÚLPITO

Además, existen, un púlpito en completo estado de buena conservación, hecha de madera tallada con pan de oro; En púlpito que se observa talladuras de imágenes de los cuatro evangelistas; termina en la parte superior con la imagen de un religioso que se atribuye a San Bernardo.

#### 5. CAPILLA DE SANTO SEPULCRO:

El retablo ha sido construido de madera, conformado de tres calles en dos cuerpos con columnas de fuste recto y el tercio inferior de estrías helicoidales; posiblemente, obra de Martín de Torres. Todo el retablo es tallado y dorado con pan de oro, de estilo barroco. En la cornisa y en el lugar de la repisa del segundo cuerpo sobresalen esculturas que representan a dos Ángeles policromados y dorados con pan de oro.

En la parte superior del retablo, se observa un tabernáculo tallado con la imagen de un **Ángel** (una cabeza). En la base de la calle derecha, se encuentra un lienzo de **Cristo Azotado**; en la parte central, se observa el **Cristo Crucificado**, acompañado de la **Virgen Dolorosa, San Juan Bautista**; en el lado Izquierdo está la imagen del **Señor de la Columna**, y el lienzo de Señor del Ex-homo.

En el cuerpo superior se encuentra un lienzo: “La Oración del Huerto”, en la parte central, se observa La Virgen dolorosa, en el lado izquierdo el Cristo conducido ante Pilatos. En la parte superior de las ventanas, se ubica dos coronaciones de pan de oro, dos hornacinas con imágenes: Santa Teresa y la Virgen de Perpetuo Socorro (moderna); una repisa con la imagen del Niño de Praga, también de escultura moderna. Junto al grupo de Cristo Crucificado, en las manos de San Juan Bautista, se encuentra un Cáliz de aluminio dorado. Una anda del Señor de los Milagros, tallada y barnizado en madera (trabajado por Abraham Rojas A – Cusco 22-VII-1962).

Una urna de Cristo Yacente (colonial). Encima del arco se encuentra un fresco muy antiguo que no se ha podido determinar la fecha, ni los personajes, en cuya pared, de acuerdo a la tradición oral local, se encontraría los restos del líder y héroe Tupac Amarista Pedro Vilca Apaza; en el arco de entrada se observan un fresco, cuyo motivo principal es el Sagrado Corazón.

## **6. RETABLO MAYOR:**

El retablo mayor está compuesto de tres cuerpos y tres calles, de estilo barroco, con columnas salomónicas. Los dos primeros cuerpos están tratados con pan de oro; el último superior es de color marrón con láminas de pan de oro. En la parte superior del retablo, se encuentra la imagen del Padre Eterno, al parecer corresponde al trabajo de Bitti. En el lado derecho se encuentra la imagen de San Antonio con diadema de plata, santo que posee a un niño; al centro está San Bernardo que sostiene un báculo de madera; A la izquierda, se encuentra San José y su niño con corona y rayos de plata. En la parte superior de tabernáculo está la Virgen de Asunción (Patrona de Azángaro) Las anteriores imágenes corresponden

a la imaginería colonial; mientras que las dos imágenes de la base: El Sagrado Corazón de María y el Sagrado Corazón de Jesús son de estructuras modernas.

A ambos costados del Padre eterno, se encuentran de derecha a izquierda dos lienzos, una con figura de San José y el niño y la otra con la de San Miguel Arcangel. En la base hacia la altura de las gradas del tabernáculo se observan dos retablos: Santiago (izquierda), en el lado derecho apenas se observan algunos fragmentos.

## **7. CAPILLA DE LA VIRGEN DE ROSARIO**

El retablo es de madera de cedro, de estilo barroco y tratado con pan de oro, compuesta de dos cuerpos y tres calles.

La calle derecha del piso inferior se encuentra una imagen de San Judas Tadeo (moderna), al centro la Virgen de Rosario (escultura colonial) con una corona dorada de fantasía con piedras también de fantasía, el niño tiene tres resplandores de plata, sosteniendo un mundo dorado; la Virgen tiene un collar de perlas cultivadas de dos filas. Al lado izquierdo se ubica a San Maertín de Porres. En el cuerpo superior, en el lado derecho, se localiza un lienzo que representa a Santa Rosa, al centro la Virgen y los Pescadores: al lado izquierdo está Santa Catalina. Sobre la única ventana está adornada con una coronación y bordes de madera tallada alrededor de todo el perímetro tratado con pan de oro. Sobre la puerta que da acceso a la sacristía se encuentra otra coronación tallada y tratada con pan de oro.

Frente a la ventana se encuentra un marco con su coronación que sirve de fondo a la imagen del Señor de los Milagros, cuadro que está rodeado por un marco de plata repujado, junto a este cuadro está incrustado 14 milagros, dos

floreros de bronce sobre una repisa moderna, una repisa sobre la que se encuentra la imagen de una pequeña Virgen de las Mercedes (escultura colonial), con corona de plata, calada, cincelada y repujada. Encima del arco se encuentra un fresco con muchos personajes (pero que no se pudo determinar su composición y figuras por lo inadecuado de la iluminación). Según la tradición oral allí se encuentra Diego Choquehuanca, líder campesino. Debajo del arco se observa como figura decorativa el símbolo de María, encima de la cual hay una corona.

### **NAVE LATERAL IZQUIERDA:**

**En la parte superior visualizamos cuadros grandes o lienzos, en orden siguiente:**

#### **1) Adoración de los Reyes Magos**

Los **Reyes Magos de Oriente** (o simplemente **Reyes Magos**) es la denominación que tradicionalmente se ha otorgado a los personajes que, después del nacimiento de Jesús, llegaron desde tierras lejanas para mostrarle su respeto y ofrecerle presentes de gran significado simbólico: oro, incienso y mirra.. (*Gaspar, Melchior, Balthassar...*)

La versión más difundida narra que tres individuos provenientes de Oriente, siguiendo una estrella conocida como Estrella de Belén, llegaron a Belén con el propósito de encontrar y adorar al recién nacido Jesús. Para ello, le presentaron regalos simbólicos: oro, en reconocimiento de su naturaleza real y como un obsequio apropiado para los reyes; incienso, que simbolizaba su naturaleza divina y se utilizaba en rituales religiosos; y mirra, un compuesto asociado al embalsamamiento y que prefiguraba el sufrimiento y la futura muerte de Jesús. En su viaje, se encontraron con el rey Herodes el Grande en Jerusalén, quien solicitó que le informaran sobre el paradero exacto del niño al regresar,



supuestamente para adorarlo también, aunque en realidad tenía intenciones de hacerle daño y ordenó la masacre de los inocentes.

La historia prosigue con la aparición de un ángel a los magos, advirtiéndoles de los peligros que Jesús enfrentaba si cumplían el deseo de Herodes. Como resultado, decidieron no regresar por el mismo camino. Es importante destacar que, aunque el relato evangélico menciona tres dones (oro, incienso y mirra), se ha especulado en algunas tradiciones que los magos podrían haber sido cuatro, siete o incluso doce.

## 2) Jesús en Escena Bíblica

**El Misterio:** El Niño Jesús recién nacido descansa en un pesebre, un recipiente destinado a alimentar a los animales, que sirve como su humilde cuna improvisada. Está envuelto en pañales para protegerlo del frío, aunque en la representación popular se le muestra tiernamente abrigado. A su lado se encuentran su madre, la Virgen María, y San José, conformando la Sagrada Familia. Este es el elemento central del belén, y su representación nos invita a presenciar el gran misterio del nacimiento del Hijo de Dios.

## 3) Purificación del niño Jesús

**Purificación de María:** Como era costumbre, María, la madre de Jesús, siguió la tradición y se sometió al rito de purificación. El 2 de febrero se conmemora la Presentación del Niño Jesús en el Templo y la Purificación de la Virgen María, una festividad también conocida como “La Candelaria”.



Para cumplir la ley, María se dirigió al Templo de Jerusalén cuando se cumplieron cuarenta días desde el nacimiento de Jesús, para presentar a su primogénito y llevar a cabo el rito prescrito para su purificación.

#### **4) El Niño Jesús en el Templo**

Hace referencia al acto en el que los padres de Jesús lo llevan al Templo de Jerusalén para que sea presentado. Después de ocho días desde su nacimiento, le fue asignado el nombre de Jesús, tal como el ángel había comunicado a María antes de que ella concibiera.

#### **5) La Huida a Egipto**

En el breve relato del Nuevo Testamento, específicamente en el libro de Mateo, se cuenta cómo un ángel se manifestó en el sueño de José y le indicó que debía partir hacia Egipto junto a María y el Niño Jesús, dado que Herodes los buscaba para matar a Jesús (este episodio es conocido como la matanza de los inocentes). José obedeció la orden y, una vez que Herodes falleció, recibió instrucciones similares para regresar.

#### **6) La Ronda de los Ángeles**

El Catecismo de la Iglesia Católica relata la existencia de seres espirituales, conocidos comúnmente ángeles en la Sagrada Escritura. Estos seres son puramente espirituales, carecen de cuerpo físico y poseen inteligencia y voluntad. Su función principal es servir y transmitir los mensajes de Dios. Los ángeles son seres personales e inmortales, superiores en perfección a toda criatura visible. Su gloriosa presencia es un testimonio de su excelencia. Además, se espera que Cristo se manifieste en su plenitud junto a todos sus ángeles.



## 7) La Anunciación

En el contexto cristiano, se hace referencia al suceso conocido como Anunciación o Salutación Angélica, el cual forma parte de la historia de la Virgen María. En este acontecimiento, el Arcángel Gabriel se le aparece a María para revelar que será la madre de Jesús. Este evento está descrito en el Evangelio de Lucas 1:26-37, y también se menciona en algunos textos apócrifos como el Protoevangelio de Santiago, que relata dos ocasiones de anuncio. En la primera, mientras María se encontraba en la fuente llenando un cántaro de agua, escucha una voz que la saluda. Sorprendida por el origen de la voz, vuelve a su hogar y se dedica a hilar. Fue en ese momento que el ángel se le aparece y le anuncia su futura maternidad.

La representación artística de la Anunciación es un tema recurrente en el arte cristiano, así como en el arte judío y musulmán. En estas representaciones, se muestra a la Virgen María junto al arcángel San Gabriel, quien puede estar de pie o volando en su presencia.

## 8) El Destierro de Adán y Eva del Paraíso Terrenal

La historia relata cómo fue creado a partir del polvo utilizando la alfarería, según la imagen y semejanza del Creador. Dios le dio vida mediante un soplo, infundiéndole en él, el Espíritu Santo, que pasa a residir en su ser.

Posteriormente, Dios colocó a Adán y Eva en el Jardín del Edén, y les dio el mandamiento de comer libremente de todos los frutos del huerto, excepto del árbol de la ciencia del bien y del mal. A Adán y Eva se les advirtió que, si llegaran a comer de ese árbol, experimentarían la muerte (Génesis 2:16-17).



Aprovechándose de esta única prohibición, la serpiente (identificada como Satanás) tentó y engañó a Eva, quien finalmente comió del fruto prohibido. Al ver que era agradable a la vista y deseable para obtener sabiduría, Eva también ofreció a Adán que comiera del fruto (Génesis 3:6). Esta desobediencia resultó en su expulsión del Paraíso (Génesis 3:24), y como consecuencia, Dios les impuso castigos como la muerte, el dolor, la vergüenza y el trabajo arduo, y a Eva se le dijo: "*Multiplicaré en gran manera los dolores en tus embarazos*" (Génesis 3:16).

Estos eventos son conocidos como el Pecado Original.

Siguiendo adelante, al atravesar la Capilla del Rosario y debajo de los grandes cuadros, se encuentran pequeños retablos religiosos donde se encuentran las esculturas de:

### **RETABLO DE LA VIRGEN DEL CARMEN**

Cuya obra maestra es tallada en madera de cedro, de estilo barroco, con columnas salomónicas, con figuras policromadas, con cornisas, repisas y medio arco, tratado con pan de oro. En parte de la base, se observa un tabernáculo, también con columnas salomónicas y policromada. La Virgen tiene una corona de plata repujada, calada y cincelada, tiene un collar de fantasía, el niño sostiene un mundo y rematado en cruz (escultura parece ser de la época republicana); en la parte superior se observa la imagen del Niño de la Octava (colonial), tiene una diadema con diecinueve rayos todos de plata, un mundo con su cruz de malta, revestido todo de pan de oro (el niño).

**Nuestra Señora del Monte Carmelo**, conocida comúnmente como la Virgen del Carmen, también conocida como Nuestra Señora del Monte Carmelo, es una advocación de la Virgen María que tiene su origen en el Monte Carmelo en Israel, cuyo significado

en hebreo es “jardín”. En todo el mundo existen órdenes carmelitas tanto masculinas como femeninas que veneran a esta figura mariana.

Es venerada como patrona de la Armada española y del mar en España. También es la patrona del Ejército de los Andes dirigido por el general José de San Martín, que fue crucial para lograr la independencia de Argentina, Chile y Perú. Es venerada como Reina y Patrona de Chile, ejerciendo como protectora de las Fuerzas Armadas y de los Carabineros de Chile. En Colombia, es patrona de la Policía Nacional y de los transportistas. En Perú se la conoce como la “Alcaldesa de la Ciudad de Lima” y la “Patrona del Criollismo”. Además, es patrona del Ejército en Venezuela y de la Nación y las Fuerzas Armadas en Bolivia.

### **RETABLO DE JESÚS NAZARENO**

Retablo de madera, con columnas salomónicas, de estilo barroco, coronado las repisas, todo decorado con espejos venecianos, decorado por figuras policromadas de ángeles, la imagen es de arte colonial.

**Jesús de Nazaret**, conocido también como Jesús, Cristo o Jesucristo, desempeña un papel fundamental en el cristianismo y es una figura de gran importancia en la cultura occidental. La mayoría de corrientes del cristianismo lo consideran el Hijo de Dios y la encarnación divina misma. Su importancia radica en la creencia de que, a través de su muerte y resurrección, brindó redención a toda la humanidad, otorgando así un significado trascendental a su vida y enseñanzas

### **RETABLO DEL SEÑOR DE JUSTO JUEZ**

El retablo del Justo Juez: Adosada frente al púlpito, con una base, cuatro columnas salomónicas, una cúpula que remata en una cruz policromada y tratada con pan de oro,

esta imagen corresponde al arte colonial, su cabeza está adornado con tres rayos y bañados con plata.

La expresión que utilizó para referirse a Dios como juez es la palabra hebrea “shafát” [h8199], que denota a alguien que gobierna y emite juicios. Y la palabra “justo” traducido de la palabra hebrea “mishpát” [h4941], que se refiere a un veredicto o sentencia. Abraham confía plenamente en que solo Dios actúa con rectitud; es quien hace justicia, recompensa y equilibra todas las cosas.

### **Valores Culturales religiosas como atractivo Turístico**

- En el Arco Central un lienzo alegórico que simboliza el triunfo de la eucaristía, en donde se observan los cuatro Doctores de la Iglesia.
- En los extremos, en el lado derecho del brazo del arco se encuentra un lienzo del Bachiller Bernardo Lopez de Cangas de Villa sur y Paliza: natural de la ciudad del Cusco (este personaje fue el que mandó a realizar todos los trabajos existentes hoy en el templo en 1798. En el fondo de este lienzo existe un fresco correspondiente a la Virgen Dolorosa con el Señor en los brazos (Piedad).
- En el otro extremo del Arco hay un lienzo de San Bernardo. Se hace notar que detrás del lienzo alegórico está un fresco (según informaciones de los vecinos).
- Debajo del Coro hay dos lienzos con marcos de pan de oro correspondiendo a SAN PABLO Y SAN PEDRO, cuyas dimensiones son: 1.90 x 1.08 mts.
- En la base del Coro se observan frescos, uno representa a la Santísima Trinidad, teniendo como figura central a San Francisco y los ángeles.
- Debajo de los BALCONES de los extremos del Coro, figuras decorativas con pan de plata, cuatro ángeles policromados al estilo Bitti.

- En el Arco Interior un lienzo con alegorías del Coro de los Ángeles, se nota la presencia del Rey David como uno de los personajes.
- Los Balcones tallados y tratados con pan de oro, soportes policromados, con la figura principal de Santo Toribio.
- En el Coro se encuentran reunidos treinta y ocho coronaciones, talladas en maderas (revestidos recientemente, con purpurina plateada sobre el pan de oro).

### **BAUTISTERIO:**

- ◆ Un Retablo que representa el Misterio de la Santísima Trinidad policromado.
- ◆ Una piedra bautismal
- ◆ Un jarrón de plata para el bautismo.
- ◆ Dos piedras clavadas para el agua bendita.
- ◆ Un Crucifijo de la Pasión de Corte Moderno.

### **CAMPANARIO:**

La Torre colapsó en el año 1997, en la que se encontraba cinco campanas:

- ❖ La primera con inscripciones que dicen MARÍA ASUNTA, cuyas dimensiones son: altura total 1.40 mts, diámetro de base 1.5. mts, además se puede leer la siguiente inscripción: Dedicada a Carlos IV 1793.
- ❖ La segunda tiene una altura de 1.13 mts por 1.3 cms, de altura.
- ❖ La tercera tiene un diámetro de 54.5 cms por 77 cms. De altura.
- ❖ La cuarta tiene una inscripción que dice: Ave María (1648), cuya altura es de 92 cms. Por 76.5 cms de diámetro de base.



- ❖ La última posee un badajo, la altura de ésta es 46.5 cms por 42 cms de diámetro de base.

En la torre se hallan instalado el reloj público, cuyo paradero se desconoce.

La fachada actual fue construida en 1950, el perímetro central está cercado con rejas.

CONFESIONARIOS: Trabajadas en madera y tallados, tratados con pan de oro, figuras policromadas, conservadas y en buen estado de conservación.

### **4.3. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

#### **4.3.1. Mejoramiento de los Servicios Turísticos**

##### **Alojamiento**

El alojamiento se refiere a una empresa o establecimiento que ofrece de manera regular, especializada y profesional servicios de hospedaje, a cambio de un precio. Estos servicios incluyen la provisión de habitaciones, con la opción de ampliar el servicio para incluir comidas y otros servicios complementarios. Generalmente, existe una correlación directa entre la cantidad y la calidad del servicio ofrecido.

En el servicio de alojamientos, puede haber más en número de hospedajes, a fin de facilitar el tipo de habitaciones que requiera el huésped; tanto en alojamiento existente y para la nueva edificación futura, se propone las condiciones generales y particulares.

##### **1) Condiciones Generales**



- En las instalaciones, habitaciones y elementos decorativos se utilizarán se recomienda utilizarán materiales de calidad.
- Se emplearán materiales de buena calidad en los acabados de todos los espacios de uso público, los cuales deberán ser acordes con la decoración y estilo del establecimiento.
- Los dormitorios dispondrán dotados de instalaciones que mantengan una temperatura adecuada.
- Los dormitorios dispondrán de teléfono.

## 2) Condiciones Particulares

- **Dependencias e Instalaciones de Uso General:**

- a) **Ingresos:** Uno principal y otro de servicio
- b) **Hall de Recepción:** Donde se ubicarán la consejería, cuartos de equipaje y los servicios higiénicos generales.
- a) **Ascensores:** Será obligatorio para los establecimientos que tengan 4 ó más pisos.
- d) **Escaleras:** Habrá dos tipos de escaleras: la principal y la de servicio, que conectarán de manera ininterrumpida todos los pisos. El ancho mínimo entre los pasamanos de las escaleras será de 1.30 metros.
- e) **Corredores:** El ancho no podrá ser menor de 1.20 m., debidamente iluminados y ventilados, con señalizaciones adecuadas a las habitaciones y salidas de emergencias.



- f) **Un Salón:** El área mínima será equivalente a 1.50 m. Por el número total de habitaciones.
- g) **Un Corredor:** El área mínima será equivalente a 1.20 m. Por el número total de habitaciones.
- h) **Bar**
- i) **Botiquín**
  - De las habitaciones y sus instalaciones:
    - a) **Dormitorios:** El establecimiento contará con habitaciones tanto dobles como simples, con áreas de 14 m<sup>2</sup> y 9 m<sup>2</sup>, respectivamente. El ancho mínimo para ambas será de 2.80 m, y la altura del piso al techo será de 2.40 m. Cada habitación contará con un armario independiente, con dimensiones de 1.20 m de ancho y 0.70 m de profundidad.
    - **Cuartos de baño:** Con un área de 3 m<sup>2</sup>. El total de las habitaciones tendrá baño con inodoro, ducha y lavatorio. Las duchas y lavamanos contarán con agua fría y caliente. Las paredes se revestirán hasta 1.60 m. de altura, con material impermeable.
    - **Cocina:** Su área debe ser equivalente al 60 % de la del comedor, debiendo estar sus muros totalmente revestidos.
    - **Servicio de Recepción y Consejería:** Claramente diferenciados y atendidos por personal permanente y uniformado
    - **Vestidor y Baño independientes** para el personal masculino y femenino.

## Restaurantes



El restaurante proporciona servicios de expendio de alimentos y bebidas, lo cual es una manera de brindar apoyo a los turistas tanto locales como extranjeros. Por otro lado, la gastronomía tradicional del país o región es un valioso recurso turístico.

Mejoramiento de establecimientos de restaurantes:

a. Condiciones Generales:

- i. Se empleará material de alta calidad en las instalaciones y acabados de todos los espacios de uso común.
- ii. Los equipos mecánicos del establecimiento cumplirán con los estándares más avanzados en cuanto a funcionalidad y tecnología.
- iii. El mobiliario y los elementos decorativos serán de excelencia en términos de calidad.
- iv. Se contarán con accesos, escaleras y pasillos, además de dispositivos de seguridad y resguardo contra incendios, sucesos y otro tipo de accidentes, siguiendo las normativas vigentes en materia de seguridad.

b. Condiciones Particulares:

- ✓ Ingreso: Una entrada principal y otra de servicio
- ✓ Recepción: En este espacio se ubicarán la caja y el teléfono.
- ✓ Servicios higiénicos generales: Se contarán con baños separados para mujeres y hombres. La cantidad de inodoros, urinarios y



lavamanos será adecuada y acorde a la capacidad del establecimiento en cuanto a comensales.

- ✓ Sala de estar o de espera y bar.
  - ✓ Comedor: Se distribuirán las mesas y el mobiliario de manera funcional, permitiendo un flujo adecuado de personas.
- Instalaciones de Servicio:
- Cocina: La cocina del establecimiento ocupará un espacio que equivale al 20% de los ambientes de comedores. Las paredes, suelo y techo de la cocina estarán revestidos con un material que permita una limpieza veloz y sencilla.
  - Sistemas de preservación de alimentos: se pondrá a disposición agua fría y caliente, además de campanas de extracción.
  - Servicios higiénicos para el personal de servicio
  - Personal: debidamente uniformado y calificado.

## **Transporte**

Son empresas que de manera organizada y habitual se dedican a movilizar o transportar personas, desde un punto de origen al destino, transportando personas, carga, y otros. Para la actividad de turismo se requiere para los siguientes servicios: Traslados, excursiones, visitas locales, circuitos, giras y alquiler de vehículos sin conductor.

Las empresas de transporte turístico terrestre, son aquellas que tienen por objetivo interconectar centros turísticos y/o posibilitar el disfrute automóvil, station wagon, camionetas rurales, etc. Aptos para el transportar personas y que reúnan



demás condiciones que establece las normas legales de atractivos turísticos, haciendo uso de omnibuses como medio de transporte.

#### **Condiciones de Mejoramiento de Transporte Terrestre:**

- Asientos reclinables tapizado en marroquín
- Sistema de audio-video
- Ventanas panorámicas
- Asientos para Guías
- Ceniceros individuales
- Medios de comunicación
- Piso alfombrado
- Cortinas en las ventanas laterales
- Luz individual
- Paquetería
- Botiquín de primeros auxilios
- Balón de oxígeno.

#### **4.3.2. Promoción Turística**

De acuerdo a los estudios realizados por Quispe Escobar Adrián, en referencia a la promoción turística podemos de dar a conocer nuestro producto turístico a una amplia red de ventas, conformada por mayoristas, operadores y agencias de viajes, y pueblo en general, presentando el producto turístico del templo de Oro de Nuestra



Señora de Asunción, Santuario Templo de Tintiri de Azángaro y otros, como una alternativa de promover la visita turística.

Para el impacto de la promoción, las autoridades locales de la Provincia de Azángaro, deben promover acciones de coordinación con entidades como DIRCITUR, Agencias de Viajes y Turismo, prioritariamente; para que conozcan los recursos y servicios turísticos de la ciudad de Azángaro, producto puesto en valor de uso, primero para los agentes de viajes, y en segundo para los turistas nacionales y extranjeros. Para ello, proponemos los siguientes medios de promoción y ventas:

- **WORKSHOPS:** Este tipo de evento es necesario organizar reuniones de trabajo en donde se haga participar a los agentes de viajes del país y con extensión a los principales países emisores de turistas, presentándoles nuestro producto en situ, en busca de un contacto directo con los recursos turísticos y servicios que pueda contar la ciudad de Azángaro y aledaños.

Siendo éste indispensable mecanismo de venta a fin de efectivizar relaciones comerciales con las agencias de viaje y turismo de la región.

- **DIFUSIÓN DE LA IMAGEN:** Estas acciones están destinadas al conocimiento del producto turístico de la ciudad de Azángaro y aledaños, así como la creación y mantenimiento de la imagen y prestigio de Puno. Este propósito se logra a través de la elaboración de boletines emitidos periódicamente, notas de prensa, en medios especializados y correspondencia directa.

- **PRESS TOURS:** En este rubro las autoridades locales de Azángaro, deben invitar a los diferentes periodistas de medios especializados de prensa, revistas, radio, televisión del ámbito puneño y nacional, para así dar a conocer sobre los recursos y servicios turísticos con que cuenta la ciudad de Azángaro y aledaños, buscando así



que estos difunden y promocionen en el contexto nacional e internacional., principalmente en los mercados emisores de turistas.

- **CAMPAÑA DE APOYO A LA VENTA:** Se prioriza el mercado nacional sobre la base de los atractivos que presenta la ciudad de Azángaro y aledaños distrito, difundiendo los atractivos, ofreciendo un conjunto de servicios turísticos de óptima calidad a tarifas más económicos que las que se ofrecen en el mercado.

Este conjunto de servicios o paquete turístico es distribuido a las diferentes agencias de viajes para que ejecuten su respectiva comercialización. Dentro de su estrategia promocional está la impresión de afiches, los mismos que son distribuidos a agencias de viajes y turismo, hoteles, líneas aéreas.

Dentro de las promociones turística, es necesario también mencionar medios publicitarios, para hacer llegar al público, así como: Diarios, revistas, radio televisión, cine, Internet, página web, y otros.

#### **4.4. RESTAURACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

- De acuerdo a la vigente Ley Orgánica de Municipalidades la autoridad del gobierno local debe promover el turismo, restaurar el patrimonio histórico local y velar por su preservación, regular las instalaciones y servicios. Acción que corresponde al señor Alcalde, promover la gestión de coordinación con las autoridades del Gobierno Regional, INC., DIRCETUR, IPERÚ Y entidades privadas a fin de realizar acciones de protección, conservación y restauración de los recursos culturales de la Capital de la Provincia de Azángaro y aledaños.
- Para la protección del patrimonio artístico e histórico del Templo de de Oro de Nuestra Señora de Asunción Azángaro, la autoridad local debe concertar acciones de coordinación con las autoridades que tienen que ver por la protección,



conservación y restauración, caso Instituto Nacional de Cultura de Puno, y establecer un plan básico de diagnóstico y seguridad, basado en las acciones de identificación de los riesgos y las vulnerabilidades, equipamiento electrónico y contar con personal capacitado y evaluado.

#### **4.5. ACCIONES PRIORITARIAS DE LAS AUTORIDADES LOCALES**

- Reconocer que los recursos naturales y culturales son parte del patrimonio de nuestra comunidad y su carácter endógeno es esencial para el desarrollo local. Estos recursos deben ser considerados en el ámbito de un modelo de desarrollo sostenible, garantizando que su uso no excluya a la población local de su disfrute y participación en los beneficios económicos generados por estos recursos.
- El municipio debe establecer su visión de ciudad y un proyecto de futuro en el que la cultura y los recursos culturales sean elementos fundamentales e integrados.
- El municipio de Azángaro, independientemente de su tamaño y ubicación, debe tener una política cultural propia que se alinee con su proyecto de ciudad, asignando recursos humanos y económicos para este fin.
- Promover el conocimiento de los recursos naturales y culturales de la ciudad de Azángaro y sus alrededores mediante diversos medios como manuales, folletos, afiches, revistas, libros, guías turísticas y material de información turística, con el objetivo de dar a conocer y difundir estos recursos a nivel local, nacional e internacional.
- Organizar y llevar a cabo iniciativas que promuevan la organización y participación social en el estudio, documentación, protección, restauración, rescate, conservación,



preservación, promoción y difusión de los recursos naturales y culturales de la ciudad de Azángaro y zonas aledañas.

- Buscar financiamiento en instituciones benéficas a nivel local, nacional e internacional, presentando proyectos específicos que justifiquen la inversión en obras de ingeniería, restauración, mejora de vías de comunicación, señalización y otros.
- Poner en marcha programas de capacitaciones para el personal que trabaja en la industria hotelera, restaurantes y transporte, con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios y la producción en general.

#### **4.6. APERTURA DE ACCESOS Y SEÑALIZACIÓN**

Los recursos turísticos de la ciudad de Azángaro y aledaños, carecen de accesos de aproximación, menos de las orientaciones que permitan un desplazamiento hacia los diferentes puntos de interés turístico. Por lo que es de prioridad, realizar acciones de coordinación técnica para el asesoramiento de ingeniería y señalización, tanto en externo e interno del templo de Asunción y aledaños, como de los recursos naturales de interés turístico, con buena señalización que oriente realmente a los visitantes. A esto se debe complementar, pequeños carteles con inscripciones alusivas de identificación del atractivo, la misma que sirva de ilustración objetiva y de explicación que permita conocer el valor cultural y natural de los atractivos turísticos.

Esta tarea de aperturar accesos y señalización, también debe cumplirse en el entorno del Templo Asunción y aledaños, como en otros lugares turísticos, caso Kakenkorani, Cancha Cancha, y otros.

##### **4.6.1. Plan de Promoción Turística**

#### **PLAN DE PROMOCIÓN DIRIGIDO A LA INDUSTRIA TURÍSTICA DEL**



## **MUNICIPIO PROVINCIAL DE AZANGARO EN EL DEPARTAMENTO DE PUNO**

### **INTRODUCCIÓN**

Este documento presenta un Plan de Promoción enfocado en la Industria del Turismo en la ciudad de Azángaro y sus alrededores, ubicada en el departamento de Puno. El plan se ha organizado de la siguiente forma:

- Análisis de la situación de la ciudad de Azángaro, capital de la provincia, en la cual se analizan las ventajas, posibilidades, limitaciones y riesgos que se presentan para estimular e impulsar la actividad turística en la región.
- Programas de Promoción de ventas.
- Programas de Ventas Personales
- Programas de Relaciones Públicas
- Programas de Publicidad

Resulta de vital importancia desarrollar un Plan de Promoción que proporcione al sector turismo las estrategias de marketing necesarias para impulsar el desarrollo del turismo de la ciudad de Azángaro y sus alrededores. El propósito de este plan es aumentar las actividades turísticas a nivel local, con el objetivo de que este sector contribuya de mejor manera a la economía regional y nacional.

### **Objetivos del plan de promoción**

#### **Objetivo general**

Promover la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, ofreciendo la visita turística y recreación, a través del aprovechamiento de los recursos naturales



y culturales que posee la capital de la Provincia de Azángaro y aledaños.

### **Objetivos específicos**

- Promover el recurso potencial turístico de la capital de la Provincia de Azángaro y Aledaños.
- Atraer a más turistas o visitantes a los atractivos turísticos de la capital de la Provincia de Azángaro y aledaños.
- Crear una imagen positiva del municipio de Azángaro, a nivel regional, nacional e internacional.
- Persuadir a la población de la región de Puno, para que visiten a la capital de la provincia de Azángaro y aledaños.

## **4.7. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA CAPITAL DE LA PROVINCIA DE AZANGARO Y ALEDAÑOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO.**

El desarrollo de un Plan de Promoción eficiente resulta fundamental para realizar un completo análisis de la actual situación de la capital de la provincia de Azángaro, situada en el departamento de Puno. Este análisis comprenderá tanto el contexto interno como externo, con el fin de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes en la región.

### **4.7.1. Fortalezas**

- Carretera asfaltada de Puno a Azángaro
- Templo de Asunción de Azángaro
- Santuario del Templo de Tintiri



➤ Plaza de Armas y Plaza de San Bernardo

➤ Variedad de recursos naturales

➤ Carisma del recurso humano

#### **4.7.2. Oportunidades**

➤ Políticas del Gobierno Central en beneficio del turismo.

➤ Instituciones de apoyo a las micro y pequeñas empresas.

➤ Estabilidad económica del país.

➤ Conciencia de la población acerca del turismo como factor de desarrollo.

➤ Posibilidad de incrementar y mejorar los servicios turísticos.

#### **4.7.3. Debilidades**

◆ El Municipio de Azángaro, no posee la capacidad en la estructura física, demandada tanto por el turista interno como externo.

◆ Contaminación ambiental por aguas lluvias, servidas y negras

◆ Red inadecuada para la presión de agua

◆ No hay servicio higiénicos públicos.

◆ Falta de parqueos y señalización vial

◆ Manejo inadecuado de la basura

◆ Falta de tuberías de aguas negras

◆ Algunas vías de acceso hacia lugares turísticos están en mal estado, impidiendo que los turistas se trasladen a ellos.



#### **4.7.4. Amenazas**

- ✘ Violencia
- ✘ Delincuencia
- ✘ Drogadicción
- ✘ Prostitución
- ✘ Política Gubernamental regional y local incoherente con el desarrollo del turismo.
- ✘ Falta de cuidado a los Recursos Naturales
- ✘ Poca afluencia de visitantes debido a la inaccesibilidad en algunos lugares turístico, como por ejemplo a Caquencorani
- ✘ Inexistencia de una verdadera promoción turística.
- ✘ Falta de conservación y protección de los recursos turístico

#### **4.8. PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE VENTAS**

##### **OBJETIVO**

Mostrar los atractivos turísticos de la capital de la provincia de Azángaro y sus alrededores mediante iniciativas promocionales que involucren activamente a los residentes locales, con el propósito de impulsar el interés y la demanda en el sector turístico.

##### **ESTRATEGIA**



Se plantea el uso de una promoción publicitaria que tiene como objetivo enviar un mensaje a la población para fomentar el interés y la demanda de turismo hacia la provincia de Azángaro y sus alrededores.

## TÁCTICAS

- ✘ Se diseñarán paquetes turísticos mensuales durante todo el año, específicamente durante el último fin de semana de cada mes, hacia la ciudad de Azángaro y alrededores como El Templo de Asunción, Mercado Dominical, sus plazas históricas, El Santuario de Tintiri, Santuario de Cancha Cancha, El Bosque Petrificado de Caquencorani, etc. ya que cada uno de estos destinos ofrece atractivos únicos que resultan interesantes para los visitantes, lo cual contribuirá al aumento del número de turistas.
- ✘ Además, con el fin de incentivar a los turistas, se llevarán a cabo excursiones y caminatas en el Bosque Petrificado de Caquencorani (cerro), durante los periodos vacacionales, como Semana Santa, agosto y fin de año, promoviendo así el ecoturismo en colaboración con el Ministerio del Medio Ambiente. Estas actividades se ofrecerán a precios accesibles y se garantizará un transporte de calidad para el disfrute de la población.
- ✘ Organizar un Festival Gastronómico en colaboración con la Alcaldía Municipal, restaurantes y hoteles del Municipio de Azángaro, con el apoyo de instituciones como la Cámara de Comercio de Puno, así como el Grupo Empresarial de Transporte Azángaro y la ciudad de Puno, para ofrecer a la población una variedad de platos típicos.
- ✘ Ofrecer guías locales altamente calificados para explorar los distintos sitios de interés en la ciudad de Azángaro y sus alrededores, con el objetivo de generar

interés en la población y permitirles descubrir los encantos naturales y la historia del Municipio de Azángaro. Además, contar con guías especializados en cada lugar para dirigir, orientar e informar a los visitantes sobre los atractivos turísticos destacados de la capital de la Provincia de Azángaro y sus alrededores.

- ✘ Para motivar a la población, se entregarán artículos promocionales como gorras, camisetas y stickers a los visitantes que adquieran paquetes turísticos, los cuales harán referencia a los sitios turísticos de la Provincia de Azángaro.

#### **MEDIDAS DE CONTROL Y CORRECTIVAS**

- Verificar que los paquetes turísticos se ejecuten conforme a lo acordado, es decir, en cuanto al costo, transporte y servicio de alimentación.
- Verificar la participación de la población en la progresión del Festival Gastronómico, Feria Agropecuaria y Artesanal de Azángaro.
- Llevar a cabo programas de capacitación a lo largo del año dirigidos a los guías nativos de los distintos destinos turísticos del Ayuntamiento de Azángaro.
- A causa de la inexistencia de productos promocionales en ciertos momentos debido a la movilización de personas, es necesario explorar nuevas opciones, como descuentos exclusivos, vales u otras alternativas.

#### **4.9. PROGRAMA DE VENTA PERSONAL**

##### **OBJETIVO:**

Entablar una interacción y diálogo con la población mediante diferentes canales de comunicación, como correspondencia física, correo electrónico y telemarketing, con el propósito de brindar información directa a los visitantes.



## **ESTRATEGIAS:**

Implementar una estrategia de personalización en el momento oportuno, ofreciendo propuestas que se ajusten a las necesidades del mercado.

## **TÀCTICAS:**

- ▶ Utilizar bases de datos obtenidas de los directorios telefónicos para llevar a cabo campañas de telemarketing, realizando cuatro contactos al año. Mediante esta estrategia, se proporcionará información a distintos sectores de la población, resaltando las características y atractivos de los destinos turísticos del Municipio de Azángaro.
- ▶ Establecer acuerdos con empresas de telefonía móvil para utilizar su base de datos y enviar información sobre los lugares turísticos de la capital de la Provincia de Azángaro y sus alrededores mediante correo directo. Se realizarán tres envíos al año, utilizando folletos que incluyan fotografías y ubicaciones de dichos lugares.
- ▶ Remitir información de promociones, eventos especiales, tradiciones, ferias y otros, a través de correo electrónico durante todo el año, a Gerentes o propietarios de las empresas que forman parte de la Cámara de Comercio y Producción de Puno y del país, vale decir, a través de los Filiales de otros departamentos, para que dicha información sea distribuida entre sus empleados y así generar un interés en motivarlos a visitar la ciudad Capital de la provincia de Azángaro y aledaños y sus lugares turísticos.
- ▶ Asignar a dos personas que efectúen contactos para ofrecerles paquetes turísticos creados por la industria turística de la municipalidad de Azángaro dirigido a empresas, colegios, escuelas, iglesia, directivos de comunidades, universidades, entre otros. Sin que estas hayan solicitado el servicio.



- ▶ Las visitas deberán realizarse dos veces por semana durante el mes, de manera que se pueda cubrir cada uno de los departamentos de la región y del país.

### **Medidas de control del programa de venta personal**

- Realizar actualizaciones periódicas de la base de datos obtenida del directorio telefónico.
- Revisar que los folletos enviados mediante correspondencia lleguen correctamente a los clientes de las compañías telefónicas.
- Mantener actualizados de manera constante los correos electrónicos de las empresas afiliadas a la Cámara de Comercio e Industria del Perú, Filial de la Región Puno.
- Solicitar informes cada semana sobre las visitas llevadas a cabo por agentes de turismo, verificando los prospectos a visitar, los destinos, las fechas planificadas, y mantener un registro de las visitas realizadas.

## **4.10. PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS**

### **Objetivo**

Crear una imagen favorable de los servicios turísticos de la Capital de la Provincia de Azángaro y aledaños, Municipio, en la población a nivel nacional y con extensión fuera del país, mediante un involucramiento entre Foptur, IPerú y la Alcaldía Municipal de Azángaro.

### **Estrategias**

Estrategia de imagen con el objetivo de generar una actitud positiva en la población hacia los destinos turísticos de la Municipalidad de Azángaro.

### **Tácticas de relaciones públicas**



- Lograr el apoyo de las instituciones educativas y colegios de Azángaro para que participen en proyectos de servicio comunitario como campañas de arborización, desfiles, guías turísticos, entre otros, con la finalidad de promocionar el turismo en la zona.
- Tener contacto con entidades privadas que podrían ayudar en el desarrollo de diversas iniciativas, como la donación de árboles y la planificación de eventos culturales en la zona.
- Invitar a medios de comunicación para difundir actividades relacionadas al turismo que se llevan a cabo en la ciudad de Azángaro.
- Entablar comunicación tres veces al año con la Municipalidad Provincial de Azángaro, Foptur e IPeru, Dircetur Puno, para planificar e informar sobre proyectos turísticos, como concursos deportivos, culturales y artísticos, que se promueven en el municipio con el fin de despertar el interés de la población por visitarlo.
- Establecer contacto con las empresas asociadas a las Cámaras de Comercio de la región Puno, con el propósito de organizar conferencias en los meses de febrero, mayo, julio y octubre, donde se presenten videoclips que muestren los atractivos turísticos de la capital de la Provincia de Azángaro y sus alrededores.

#### **Medidas del control de relaciones públicas**

- ✘ Llevar un registro de las colaboraciones realizadas por las distintas instituciones educativas, supervisando las actividades llevadas a cabo.
- ✘ Establecer fechas para la realización de las conferencias.

#### **Presupuesto del programa de relaciones públicas.**

Las actividades planteadas no generan costos para la institución, ya que se busca obtener auspicio de entidades privadas y/o públicas que asuman la mayor parte de los



gastos. Además, los estudiantes que participan en campañas de reforestación lo realizan como parte de su servicio comunitario. Además, los árboles donados para la estas campañas usualmente son provistos por el Ministerio de Agricultura y Ganadería. No obstante, es necesario considerar la posibilidad de algunos gastos adicionales que podrían surgir.

#### **4.11. PROGRAMA DE PUBLICIDAD**

##### **Objetivo**

Poner en conocimiento de los turistas, mediante medios de comunicación masivos, la existencia de los destinos turísticos, sus encantos y costumbres del Municipio de Conchagua.

##### **Estrategias del programa de publicidad**

- a) Medios primarios, conformados por la televisión
- b) Medios secundarios, conformados por la prensa escrita
- c) Medios de apoyo, que incluye publicidad en exteriores.

##### **Tácticas de publicidad**

- Realización de una campaña publicitaria en televisión de alta intensidad, que promueva un programa turístico dirigido a los espectadores en todo el país de Perú, con enfoque en la Región Puno y alcance internacional. El programa mostrará los lugares turísticos de la capital provincial de Azángaro y sus alrededores, destacando las vías de acceso y las tradiciones locales. Se transmitirá tres veces por semana en el Canal de Televisión Panamericana, con cobertura a nivel nacional e internacional.
- Empleo de prensa como medio de comunicación, con la publicación de tres suplementos por año en el diario El Comercio, los cuales se distribuirán los



sábados cada cuatro meses. El primer suplemento ofrecerá información general sobre los sitios turísticos de la capital de provincia de Azángaro y sus alrededores, invitando a los lectores a seguir las próximas publicaciones, que describirán individualmente cada uno de los lugares. La publicación número 3 se realizará en diciembre, coincidiendo con el período vacacional.

- Contratación de cuatro cuñas publicitarias diarias durante todo el año en cuatro emisoras de la capital Lima y la Región Puno. Estas cuñas invitarán a la población a visitar los distintos lugares turísticos de la capital provincial de Azángaro.
- Publicación de 12 anuncios de prensa en el periódico El Comercio, uno por mes los días viernes, con circulación nacional e internacional. Estos anuncios informarán sobre las festividades patronales y eventos especiales que se llevan a cabo en el municipio de Azángaro.
- Elaboración de 10,000 folletos que proporcionen información sobre los lugares turísticos de la capital provincial de Azángaro y sus alrededores, incluyendo fotografías, tradiciones, fechas importantes y actividades. Se distribuirán 2,500 ejemplares en cada departamento del país y en el extranjero, principalmente en las principales instituciones educativas.
- Colocación de 10 vallas publicitarias durante todo el año en las principales ciudades del país, especialmente en la Región Puno. Estas vallas informarán sobre los atractivos turísticos que ofrece cada lugar del municipio de Azángaro.
- Elaboración de un sitio web que exhiba los distintos destinos turísticos de la Capital Provincial de Azángaro y sus alrededores, además de proporcionar un directorio de hoteles y restaurantes disponibles en la zona. También se incluirá información sobre paquetes turísticos, programación de actividades y las ofertas



turísticas en general. Esta página web estará accesible para turistas tanto nacionales como internacionales, brindándoles la oportunidad de explorar a través de la plataforma y aprovechar las ofertas mensuales, realizar reservas de hotel y/o restaurante, y adquirir paquetes turísticos para visitar los atractivos turísticos de Azángaro.

### **Medidas de control del programa de publicidad**

- ◆ Analizar el impacto del Programa Turístico emitido en televisión mediante el análisis del número de visitantes en los lugares turísticos del Municipio de Azángaro.
- ◆ Supervisar la edición de los suplementos y anuncios de prensa según lo acordado en la estrategia.
- ◆ Verificar que los folletos sean elaborados y distribuidos puntualmente en los principales centros educativos de la Región Puno, a nivel nacional e internacional.
- ◆ Supervisar la colocación de las vallas publicitarias en los lugares designados y asegurarse de su mantenimiento.
- ◆ Actualizar mensualmente la página web, incluyendo promociones para los turistas y actividades turísticas que se realicen en el Municipio de Azángaro.

## **V. CONCLUSIONES**



1. La ciudad de Azángaro y aledaños, cuenta con recursos turísticos naturales y culturales, los que hacen atracción al lugar por su valor incalculable, que motiva a los visitantes nacionales y extranjeros; entre los recursos están los Ecológicos, el Bosque Petrificado de Kakenkorani, el templo de Asunción, el Santuario de Tintiri, el Sitio Arqueológico de Cancha Cancha, mercado Dominical y la ciudad de Azángaro, respectivamente.
2. En cuanto a los servicios turísticos de alojamiento y restaurantes, no están categorizados, desde el punto de vista turístico, existiendo de esta forma las debilidades en la prestación de servicios turísticos de comodidad y confort. Los actuales alojamientos son de carácter básico no aptas para hospedar a los turistas de primera clase; tampoco, los restaurantes, no ofrecen la comodidad y presentación como en su decoración, de lo expresado, se deduce que estos servicios requieren de su mejoramiento y equipamiento.
3. La ciudad de Azángaro y aledaños, poseen recursos turísticos naturales y culturales, las que no son conocidas, ni difundidas el valor cultural de los recursos existentes en la ciudad de Azángaro y en su entorno; asimismo, no están promocionados estos recursos turísticos valiosos para los visitantes. Al respecto, los interesados directos son las autoridades locales, de acuerdo a la encuesta realizada a los vecinos notables del lugar, determinan que en un 42.5 % de personas, afirman como los interesados directos recae en el señor Alcalde Provincial de Azángaro; seguida, de un 35% de personas, opinan como posibles acciones referidas a la concertación entre las autoridades locales y el sector turismo público y privado, principalmente.
4. Los medios de promoción efectiva para motivar la demanda turística de los recursos turísticos de la ciudad de Azángaro y aledaños, de acuerdo a la encuesta se determina,



que en un 37.5% de personas, recomiendan utilizar como medios de promoción turística efectiva a través de la Página Web, seguida de 20 % de personas consideran como medios de promoción a Internet y material de promoción, y en porcentajes menores consideran a la televisión y radio, respectivamente.



## VII. RECOMENDACIONES

1. A las autoridades locales de la capital de la Provincia de Azángaro, deben preocuparse de la señalización de los atractivos turísticos para la visita turística, así mismo colocar, vallas o carteles de los atractivos, a fin de orientar para el arribo de los visitantes como en el desplazamiento.
2. Se sugiere a las autoridades a cargo de velar por la conservación, protección y restauración del Santuario Templo de Tintiri, y de los otros atractivos turísticos aledaños a la ciudad de Azángaro; en coordinación con las autoridades locales concertar para buscar su financiamiento externo, en instituciones benefactoras para este tipo de valores históricos para su restauración.
3. En cuanto a los servicios turísticos de la ciudad de Azángaro, expresadas en alojamientos, restaurantes y transporte terrestre de pasajeros, que operan entre las ciudades de Azángaro y Juliaca, deben ser mejoradas, presentando sus unidades vehiculares conservando su limpieza, buscando la calidad de servicio de atención a los pasajeros en unidades móviles de comodidad y confort. Los servicios de alojamiento y restaurantes, requieren ser mejoradas previa implementación y equipamiento u orientadas hacia una infraestructura de comodidad y confort necesarios, en satisfacción esperadas de parte de los clientes.
4. Las autoridades locales de la ciudad de Azángaro, en coordinación con las autoridades del sector turismo público o privado de Puno, deben realizar acciones del embellecimiento de la ciudad y promoción turística de los recursos turísticos que posee la ciudad de Azángaro y alrededores; creando materiales de promoción y hacer su



difusión a nivel local, nacional e internacional, tanto en la prensa hablada y escrita;  
creando Página Web exclusivamente para su promoción respectiva.



## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA MIGUEL ÁNGEL. (1991). “Promoción Turística”. Ed. Trillas, México.
- CABALLERO ROMERO, (2006). Alejandro E. “Guías Metodológicas para los Planes y Tesis de Maestría y Doctorado”. Ed. Imagen ediciones. Lima-Perú.
- CARRASCO DIAZ, S. (2006). “Metodología de la Investigación Científica”. Ed. San Marcos. Lima – Perú.
- CALSIN ANCO, RENÉ. (2005). “Historia de Azángaro”. Ed. René Impresores – Juliaca-Perú
- GUTIERREZ ROA, Jesús. (1986). “Recursos Naturales y Turismo”. Ed. Limusa, S.A. México.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. (1999). “Metodología de la Investigación”. Ed. McGraw Hill. México.
- PIEP, (2007). “Plan De Infraestructura Económica Provincial de Azángaro.
- PONCE SANGINES, JOHAN REINHARD, MAX PORTUGAL. “Arqueología
- SOSA DE LA CRUZ, Clifor Daniel. (2000). “Los Servicios Turísticos, Cualidades y Medición. Ed. San Marcos – Lima – Perú.
- ALBRETCH, Karl / ZEMKE , Ron. (1992). Gerencia del Servicio. Legis Fondo Editorial.
- ALBRETCH, Karl. (1990). La Revolución del Servicio. Legis Fondo Editorial.
- GONZÁLEZ, Gerardo. (1990). “Gerencia del Servicio”. Palanca estratégica de su Organización. Incolda.



BERRY, Leonard L. Un Buen Servicio ya no Basta.

Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. 1970

BONE Diane / Griggs Rick. (1992) Calidad en el trabajo. Grupo Editorial Iberoamérica.

CHAPMAN Elwood. (1994). "Actitud, su posesión más valiosa". Grupo editorial Iberoamérica.

QUEZADA, Abel. (1994) Reflexiones Turísticas. Academia de Turismo de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística.

VÁZQUEZ, Alfredo Mireles. (1987) Concientización Turística. Noriega Editores.



## ANEXOS



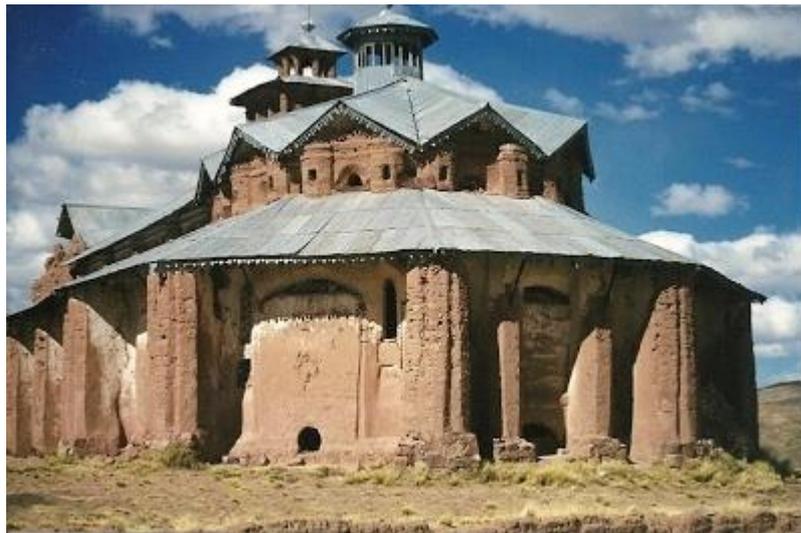
PLAZA SAN BERNARDO Y FONDO LA MUNICIPALIDAD



**MAPA POLITICO DE LA PROVINCIA DE AZANGARO**

## Tintiri, un templo bello por fuera, misterioso por dentro

Sandra Condori | LOS ANDES 15ENE13





### DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Blanca Luz Cornejo Abarca  
identificado con DNI 47483917 en mi condición de egresado de:

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

de turismo  
informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  
 Título Profesional denominado:

" La ciudad de Azángaro y alrededores un recurso  
potencial para el turismo

" Es un tema original.

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

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

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

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 08 de Agosto del 2023

  
FIRMA (obligatoria)



Huella



## AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Blanca Luz Cornejo Abareca  
identificado con DNI 47483717 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado  
de turismo

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación para la obtención de  Grado  
 Título Profesional denominado:

" La ciudad de Azángaro y alrededores un recurso  
potencial para el turismo

" Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 08 de Agosto del 2023

  
FIRMA (obligatoria)



Huella