

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**“PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS ECONÓMICOS EN LA CADENA  
PRODUCTIVA DE TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO  
EN LAS COMUNIDADES DE KANA Y TAYPE DEL DISTRITO DE AYAPATA”**

**TESIS**

**PRESENTADO POR:**

**MARUJA ENRIQUEZ TAPIA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2014**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

**TESIS:**

“PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS ECONÓMICOS EN LA CADENA PRODUCTIVA DE TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO EN LAS COMUNIDADES DE KANA Y TAYPE DEL DISTRITO DE AYAPATA”

**PRESENTADO POR:**

MARUJA ENRIQUEZ TAPIA



**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADO EN TURISMO

**APROBADA POR:**

**PRESIDENTE** :

\_\_\_\_\_

**PRIMER MIEMBRO** :

\_\_\_\_\_

**TERCER MIEMBRO** :

\_\_\_\_\_

**DIRECTOR / ASESOR** :

\_\_\_\_\_

**Área :** Ciencias Sociales  
**Línea :** Gestión de Emprendimientos y Negocios Turísticos  
**Tema :** Gestión de Emprendimientos

## DEDICATORIA

A dios por estar siempre a mi lado, por guiar mis pasos, por cuidarme y por darme la fortaleza de seguir adelante. Gracias por la familia maravillosa que me diste.

A mis padres, Rubén y Leandra por estar siempre conmigo en todo momento. Gracias por enseñarme el camino de la vida, por sus consejos, por su paciencia, por el amor que me dan y por su apoyo incondicional.

A mis hermanos, gracias por estar conmigo y por ser el mejor apoyo que la vida me dió.

*Maruja Enriquez Tapia*

## AGRADECIMIENTO

En el presente Trabajo de Investigación consideramos agradecer a:

- A mis padres, Rubén y Leandra por el apoyo constante que me brindaron durante mis estudios y a mis apreciados hermanos.
- A la Universidad Nacional del Altiplano de Puno y a la Facultad de Ciencias Sociales.
- A los Miembros de Jurado, por la orientación, gran apoyo, consideración, preocupación y motivación para la finalización del presente trabajo de investigación.
- A la población de Kana y Taype y autoridades del sector estatal y privado que brindaron su apoyo incondicional con información necesaria para desarrollar este trabajo de investigación.

*Maruja Enriquez Tapia*

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	03
AGRADECIMIENTO.....	04
RESUMEN.....	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCCIÓN.....	15
CAPÍTULO I.....	16
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
1.1.1 Problema general .....	17
1.1.2 Problema específico.....	18
1.2 ANTECEDENTES.....	18
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	19
1.4.1 Objetivo general.....	19
1.4.2 Objetivo específico .....	19
CAPÍTULO II.....	20
2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN....	20
2.1 MARCO TEÓRICO .....	20
2.1.1 Producto Turístico.....	20
2.1.2 Etapas en el Desarrollo de un Producto Turístico.....	21
2.1.3 Desarrollo de Productos Turísticos .....	23
2.1.4 Mercado Turístico .....	23
2.1.5 Comercialización o Mercadeo .....	23
2.1.6 El Turismo Rural Comunitario TRC.....	23
2.1.7 Producto Turístico Rural.....	24
2.1.8 Turismo Rural .....	24

2.1.9	Casa Rural .....	24
2.1.10	Establecimiento de Hospedaje Rural .....	25
2.1.11	Infraestructura Turística.....	25
2.1.12	Cluster Turístico.....	25
2.1.13	Cadena Productiva .....	26
2.1.14	Cadena de Valor.....	27
2.1.15	Cadena de Valor en Turismo Según el Análisis de CEPAL.....	28
2.1.16	Efecto Multiplicador .....	31
2.1.17	El Emprendedor .....	31
2.1.18	El Emprendimiento de Turismo Rural Comunitario.....	31
2.2	MARCO CONCEPTUAL .....	32
2.3	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
2.3.1	Hipótesis General.....	34
2.3.2	Hipótesis Específica.....	34
2.4	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	34
CAPÍTULO III .....		35
3	MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN. ....	35
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN: .....	35
3.2	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, INSTRUMENTOS DE RECOJO DE INFORMACIÓN.....	35
3.3	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.4	DIMENSIÓN DE ANÁLISIS .....	36
3.5	UNIDAD DE ANÁLISIS. ....	37
3.6	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.6.1	Población de estudio .....	37
3.7	MÉTODO ESTADÍSTICO.....	38
3.8	ÁMBITO DE ESTUDIO .....	38

CAPÍTULO IV .....	39
4 CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LAS COMUNIDADES DE KANA Y TAYPE.....	39
4.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL DISTRITO DE AYAPATA .....	39
4.1.1 Ubicación geográfica. ....	39
4.1.2 Ubicación Política.....	39
4.1.3 Limites .....	40
4.1.4 División política.....	40
4.1.5 Accesos .....	40
4.1.6 Antecedentes Históricos.....	40
4.2 RECURSOS NATURALES .....	42
4.2.1 Flora .....	42
4.2.2 Fauna.....	43
4.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMUNIDAD DE KANA. ....	44
4.3.1 Ubicación Geográfica .....	44
4.3.2 Extensión y Altura .....	44
4.3.3 Clima.....	44
4.3.4 Acceso.....	44
4.3.5 Antecedentes Históricos de la Comunidad .....	45
4.3.6 Población.....	45
4.3.7 Situación de los Servicios de Educación.....	45
4.3.8 Situación de los Servicios de Salud .....	46
4.3.9 Situación de los Servicios de Saneamiento.....	46
4.3.10 Aspectos Socio-Culturales .....	46
4.3.11 Alimentación.....	47
4.3.12 Actividad Económica.....	47
4.4 RECURSOS TURÍSTICOS.....	47

4.4.1	Recursos Turísticos Culturales .....	47
4.4.2	Recursos Turísticos Naturales.....	50
4.5	CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMUNIDAD DE TAYPE .....	50
4.5.1	Ubicación Geográfica .....	50
4.5.2	Extensión y Altura .....	51
4.5.3	Clima.....	51
4.5.4	Acceso.....	51
4.5.5	Antecedentes Históricos de la Comunidad .....	51
4.5.6	Población.....	51
4.5.7	Situación de los Servicios de Educación.....	52
4.5.8	Situación de los Servicios de Salud .....	52
4.5.9	Situación de los Servicios de Saneamiento.....	52
4.5.10	Aspectos Socio-Culturales .....	52
4.5.11	Alimentación.....	53
4.5.12	Actividad Económica.....	53
4.6	RECURSOS TURÍSTICOS.....	54
4.6.1	Recursos Turísticos Culturales .....	54
4.6.2	Recursos Turísticos Naturales.....	59
CAPÍTULO V .....		64
5	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS. ....	64
5.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS COMUNIDAD DE KANA.....	64
5.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS COMUNIDAD DE TAYPE.....	70
CAPÍTULO VI.....		76
6	PROPUESTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO RURAL Y ORGANIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA PARA SU PROMOCIÓN.....	76

6.1	PROPUESTA DE ACTIVIDADES A DESARROLLARSE EN LA RUTA TURÍSTICA QUE ABARCA LAS COMUNIDADES DE KANA Y TAYPE.....	76
6.1.1	Cabalgata.....	76
6.1.2	Práctica de la Pesca sostenible .....	76
6.1.3	Caminata .....	76
6.1.4	Paseo en bote: Laguna de Qañoqota .....	77
6.1.5	Turismo Temático Rural .....	77
6.2	DISEÑO Y DESCRIPCION DEL CIRCUITO TURISTICO .....	77
6.2.1	Descripción del Circuito Turístico Propuesto.....	78
6.2.2	Programa del Recorrido Turístico.....	80
6.3	PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE TURISMO RURAL EN LA RUTA. ....	83
6.4	PROPUESTA DE ACCIONES DE PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TURISMO RURAL.....	84
	CONCLUSIONES.....	89
	RECOMENDACIONES .....	90
	BIBLIOGRAFÍA .....	91
	WEBGRAFÍA .....	93
	ANEXOS.....	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Secuencia de desarrollo de un producto turístico.....	21
Figura 2. Etapas del desarrollo de un producto turístico. ....	21
<i>Figura 3.</i> Productos turísticos y elementos. ....	22
<i>Figura 4.</i> Desarrollo de un producto turístico. ....	23
<i>Figura 5.</i> Infraestructura básica requerida en un centro poblado.....	25
<i>Figura 6.</i> Mapa clúster de turismo de Punta del Este.2012.....	26
<i>Figura 7.</i> Cadena de valor y componentes .....	27
<i>Figura 8.</i> Cadena de valor. ....	28
<i>Figura 9.</i> Efecto multiplicador de la inversión turística.....	31
<i>Figura 10.</i> Diferencia circuito y corredor turístico .....	33
<i>Figura 11.</i> Mapa político de la provincia de Carabaya .....	39
<i>Figura 12.</i> Mapa del distrito de Ayapata.....	40
<i>Figura 13.</i> Muestra geográfica del distrito de Ayapata Zona selva, valle y zona alta. ....	43
<i>Figura 14.</i> Río de Markachaca (al fondo) y Rio Kana (derecha).....	50
<i>Figura 15.</i> Sitio Arqueológico de Pitumarca. Por M. Enriquez. 2014.....	58
<i>Figura 16.</i> <i>Chullpawasi.</i> .....	58
<i>Figura 17.</i> Pinturas rupestres de Ccochahuma.....	59
<i>Figura 18.</i> Vista Panorámica de la Laguna de Taype. ....	60
<i>Figura 19.</i> Vista panorámica de la laguna de Q’añuqota desde Pitumarka. ....	61
<i>Figura 20.</i> Vista panorámica de la laguna Allpiccota. ....	62
<i>Figura 21.</i> Vista Panorámica Laguna Anilccochoa. ....	62
<i>Figura 22.</i> Vista Panorámica Laguna de Q’omerccochoa. ....	63
<i>Figura 23.</i> Circuito vivencial del Valle Ayapata. ....	77
<i>Figura 24.</i> “Circuito Vivencial Valle de Ayapata” en mapa satelital. ....	78
<i>Figura 25.</i> Actores de la cadena productiva del turismo.....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	34
Tabla 2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	36
Tabla 3. Calendario Festivo – Kana .....	49
Tabla 4. Calendario festivo de Taype.....	56
Tabla 5 Genero de la población encuestada.....	64
Tabla 6. Edad de la población .....	64
Tabla 7 Ocupación de la población .....	65
Tabla 8 Sabe Ud. Qué es turismo? .....	65
Tabla 9 ¿Qué es el emprendimiento de turismo rural para usted?.....	66
Tabla 10 ¿Qué beneficios considera que trae los emprendimientos de turismo rural a su comunidad?.....	66
Tabla 11 ¿Usted cree que, para el desarrollo de los emprendimientos del turismo rural en su comunidad, la conservación de los recursos naturales y culturales es?:.....	67
Tabla 12 ¿Qué actividades cree que se deben realizar en su comunidad para el emprendimiento del turismo rural?.....	67
Tabla 13 ¿Estaría dispuesto a trabajar en un negocio relacionado al turismo, como: alojamiento, restaurante?.....	68
Tabla 14 ¿Qué medios de información promocional conoce usted sobre su comunidad?.	68
Tabla 15 Conoce usted si se realizó algún evento de promoción turística en su comunidad. ....	69
Tabla 16 Si su respuesta es sí, qué tipo de eventos se realizó en favor de los emprendimientos rurales para el turismo.....	69
Tabla 17 Género de la población encuestada .....	70
Tabla 18 Edad de la población .....	70
Tabla 19 Ocupación de la población .....	71
Tabla 20 ¿Sabe Ud. que es el turismo?.....	71
Tabla 21 ¿Qué es el emprendimiento de turismo rural para Ud.?.....	72
Tabla 22 ¿Qué beneficios considera que trae los emprendimientos del turismo rural a su comunidad?.....	72
Tabla 23 ¿Usted cree que, para el desarrollo de los emprendimientos del turismo rural en su comunidad, la conservación de los recursos naturales y culturales es? .....	73

Tabla 24 ¿Qué actividades cree que se deben realizar en su comunidad para el emprendimiento del turismo rural?.....	73
Tabla 25 ¿Estaría dispuesto a trabajar en un negocio relacionado al turismo, como: alojamiento, restaurante? .....	74
Tabla 26 ¿Qué medios de información promocional conoce usted sobre su comunidad? ..	74
Tabla 27 Conoce usted si se realizó algún evento de promoción turística en su comunidad .....	75
Tabla 28 Si su respuesta es sí, qué tipo de eventos se realizó en favor de los emprendimientos rurales para el turismo.....	75
Tabla 29 Resumen del circuito turístico .....	79
Tabla 30 Acciones del circuito turístico .....	82

## RESUMEN

Con el propósito de emprender y mejorar la promoción del desarrollo de las actividades económicas en el ámbito espacial de Kana y Taype de acuerdo a sus potencialidades y oportunidades, en el presente trabajo se propone el diagnóstico de recursos turísticos e identificación de actores para la conformación de la cadena productiva de turismo para una gestión integral del mismo en el circuito turístico propuesto denominado “Circuito Vivencial Valle Ayapata”; las zonas que abarca esta propuesta inicia desde el sector Levita (zona principal) que pertenece a Kana, pasa por los sectores de Taype que son: Markanchaca, Pacu Pacu, Taype, Ccochahuma (zona principal) finalmente complejo arqueológico Pitumarka. Por tanto, la investigación mediante los resultados afirma que estas comunidades cuentan con recursos turísticos necesarios y por su ubicación estratégica se considera factible para el planteamiento de una propuesta de desarrollo local mediante el Turismo vivencial. Como también existe un fuerte interés en el turismo vivencial por parte de los actores locales tal es así que la población de Kana y Taype en un 80% y 73,3% respectivamente creen que debe desarrollarse esta actividad en la zona. Por ello es necesario organizar a los actores de la cadena productiva del turismo para un trabajo cohesionado, permitiendo así una adecuada prestación de servicios al visitante, influyendo de esta manera en mejores condiciones económicas como también elevando la calidad de vida de la población local.

Palabras clave: Turismo rural vivencial, promoción, cadena productiva, recurso turístico, emprendimiento.

## ABSTRACT

In order to undertake and improve the promotion of the development of economic activities in the space sector of Kana and Taype according to their potentialities and opportunities, the present work proposes the diagnosis of tourist resources and identification of actors for the formation of the production chain of tourism for an integral management of the same in the proposed tourist circuit called "Experiential Circuit Valle Ayapata"; the areas covered by this proposal start from the Levite sector (main area) belonging to Kana, passing through the sectors of Taype that are: Markanchaca, Pacu Pacu, Taype, Ccochahuma (main area) finally archaeological complex Pitumarka. Therefore, the research through the results affirms that these communities have the necessary tourist resources and because its strategic location is considered feasible for the proposal of a local development proposal through experiential tourism. As there is also a strong interest in experiential tourism by local actors, so the population of Kana and Taype at 80% and 73.3%, respectively, believe that this activity should be developed in the area. It is therefore necessary to organize the actors of the tourism production chain for a cohesive work, thus allowing an adequate provision of services to the visitor, thus influencing better economic conditions as well as raising the quality of life of the local population.

Keywords: Rural existential tourism, promotion, production chain, touristic resources, entrepreneurship.

## INTRODUCCIÓN

Las tendencias del turismo en el Perú y el mundo están dando un giro muy importante en beneficio de las comunidades rurales adoptando una nueva forma de hacer turismo para salir de lo convencional, es decir el turismo rural vivencial y otras modalidades de turismo alternativo son altamente demandados hoy en día por los turistas ya que buscan una relación más estrecha y armoniosa con la cultura, la naturaleza y las personas.

En el Perú prácticamente todas las experiencias de turismo están asociadas al turismo rural vivencial “Por ejemplo, la observación de aves y cataratas en la región Amazonas; las alternativas rurales en el valle del Urubamba, o las comunidades de Apurímac (de Aymaraes)”. “En Puno, por ejemplo, un tercio de todos los visitantes que llegan a la región tienen una experiencia de turismo rural vivencial, tanto en las islas de Uros como en Taquile y Amantaní y las penínsulas del lago Titicaca”. Por ello el objetivo de esta investigación es realizar un diagnóstico evaluativo de los recursos turísticos existentes y la identificación de actores de la cadena productiva de turismo para la promoción y desarrollo del turismo rural vivencial en las comunidades de Kana y Taype.

El presente trabajo de investigación se organizó de la siguiente forma:

En el primer capítulo, del estudio se consideró, el planteamiento de la investigación, donde el problema principal se circunscribe a las potencialidades con que cuenta las comunidades de: Kana y Taype así como se consideró, los antecedentes y objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo, se considera la construcción y el sustento teórico; el marco teórico, conceptual, e hipótesis de la investigación.

En el tercer capítulo, se desarrolló y analizó el marco metodológico de la investigación, que se aplicó en este trabajo de investigación.

El cuarto capítulo, se desarrolla la caracterización y aspectos generales del área de investigación considerando los atractivos y recursos turísticos de la comunidad de Kana y la comunidad de Taype.

El quinto capítulo, Se expone análisis y resultados de la investigación realizados y se deduce la propuesta de circuitos turísticos para el desarrollo de emprendimientos rurales en turismo, para la demanda potencial del turismo vivencial. Y modelos de estrategias de promoción de los emprendimientos económicos de cadenas productivas en turismo rural.

Al finalizar el trabajo de investigación se dan a conocer, las conclusiones y recomendaciones al cual se ha llegado en la realización de esta Investigación.

## CAPÍTULO I

### 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La industria turística como rama de la actividad económica es importante fuente de ingresos en nuestro país y a nivel mundial, es generador de empleo y conciencia medioambiental para un turismo sostenible. La actividad turística es también principal pacificador de la sociedad ya que hace que el viajero (turista) transite por todo el mundo sin ninguna barrera.

La OMT (Organización Mundial del Turismo) explica que el sector genera crecimiento y entretenimiento y da sustento a los destinos rurales además de impulsar los ingresos de los países más pobres, así como de las principales potencias económicas, los viajes implican trabajo, infraestructuras, comercio y desarrollo; cabe destacar también el hecho de que el sector turístico puede liderar la transformación hacia una nueva “economía verde” a través de la inversión en infraestructuras ecológicas en aeropuertos, tren de alta velocidad, carreteras y puertos.

Documentos oficiales relacionados a la política de turismo en el Perú y la región Puno mencionan a las actividades de turismo como una alternativa para llevar al desarrollo a las comunidades, **especialmente agrícolas, ganaderas** que vienen siendo afectadas no sólo por las condiciones climáticas sino por las tendencias del mercado que con frecuencia los llevan a perder sus pequeñas y medianas inversiones. El PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) – Plan Estratégico Nacional de Turismo editado por el MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo), el PERTUR (Plan estratégico Regional de Turismo) Puno, el Plan de Gobierno de la Municipalidad Provincial de Carabaya y Plan Concertado General del Distrito de Ayapata a través de estos documentos considera el turismo como un eje de desarrollo en las comunidades y pequeños pueblos de la provincia.

Una de las mayores fortalezas de Puno, para lograr que cada año se incremente las visitas de turistas es la práctica del turismo rural vivencial, y cada año presenta un crecimiento en el sector turismo, Lima figura como la ciudad más visitada (86%), seguida por cusco (69%), Puno (40%) y Arequipa (34%) (Promperu 2011).

Este panorama positivo motiva el presente planteamiento que es el de promover de manera organizada el turismo en las Comunidades de Kana y Taype del distrito de Ayapata, que albergan en su geografía un gran potencial turístico: arqueológico, agropecuario, gastronómico, folklórico, paisajístico y cultura viva que son idóneos para promover el turismo rural comunitario, de esta manera fortalecer la economía local, ya que la pobreza en la que viven las comunidades campesinas de esta zona principalmente las mujeres de medios rurales y los pobladores dedicados a la agricultura, ganadería, artesanía requieren de la intervención de proyectos que faciliten el aprovechamiento de sus recursos, diversificar y maximizar los beneficios de su actividad y su articulación hacia un mercado creciente como es el turismo que tiene la particularidad de dinamizar la economía local con cierta rapidez.

Existe la necesidad de intervención en relación a la promoción de emprendimientos económicos en la cadena productiva de turismo rural en las comunidades de Kana y Taype del distrito de Ayapata podemos mencionar lo siguiente:

- Débil investigación de recursos, promoción y gestión de proyectos de desarrollo turístico.
- Incipiente desarrollo de capacidades del potencial humano en materia de turismo para la gestión como herramienta de desarrollo económico local.
- Carencia de desarrollo de alianzas estratégicas entre los actores públicos y privados.
- Inadecuada identificación y diferenciación de actores directos e indirectos en la actividad turística.
- Deficiente promoción de emprendimientos en el turismo y el trabajo organizado acorde al sistema de cadenas productivas, lo cual es limitante en la observación de beneficios y dinámica de trabajo en equipo.

### **1.1.1 Problema general**

¿Cómo promocionar los emprendimientos económicos en la cadena productiva de turismo rural en las comunidades de Kana y Taype del distrito de Ayapata para el beneficio de la población activa?

### 1.1.2 Problema específico.

- a. ¿Cuáles son las bondades turísticas que tienen las comunidades de Kana y Taype para promover los emprendimientos económicos de cadena productiva del turismo rural?
- b. ¿Existen emprendimientos económicos de turismo rural organizados en cadenas productivas en las comunidades de Kana y Taype para el desarrollo del turismo rural?
- c. ¿Cómo proponer estrategias de promoción de los emprendimientos económicos de cadenas productivas en turismo rural para las comunidades de Kana y Taype?

## 1.2 ANTECEDENTES.

- Proyecto de desarrollo del turismo en el distrito de Ayapata, elaborado y ejecutado por OGD PUNO (Organismo de Gestión de Destinos), 2008 – 2009.
- Documento del Diagnostico situacional general del distrito de Ayapata.
- Plan de desarrollo concertado de Ayapata 2012 – 2021.

## 1.3 JUSTIFICACIÓN.

El turismo es una de las actividades que más empuje ha experimentado en los últimos años. Numerosos países o lugares concretos se han introducido en la dinámica de ofrecer sus riquezas naturales o culturales mediante circuitos gobernados por grandes agencias de viaje, cadenas hoteleras o empresas turísticas. Este progreso de la actividad ha supuesto que hoy en día el turismo no sólo sea un viaje hacia el destino, sino que incluye otros aspectos que determinan la satisfacción de sus visitantes (Tresserras et al., 2009). Los viajeros demandan un mayor número de prestaciones, una oferta de servicios de calidad, así como un acondicionamiento apropiado en las infraestructuras, seguridad, higiene, entre otros aspectos. La principal característica es el cambio del producto tradicional, como factor en la decisión de compra, hacia el valor que los visitantes otorgan a la experiencia turística y el Perú en su condición de país megadiverso reúne condiciones apropiadas para liderar el modelo de turismo rural comunitario a escala mundial, como una nueva forma de viaje.

Las perspectivas de desarrollo turístico son muy alentadoras según los últimos datos oficiales de la comunidad andina – informe anual de turismo 2013, las llegadas internacionales presentaron una tasa de crecimiento promedio anual del 11%. En el 2012 el país recibió alrededor de 2,8 millones de visitas que generaron un ingreso de 2 657 millones de dólares, seguido por Colombia que presenta 2,2, millones de visitas que es

inferior a Perú, sin embargo tiene un crecimiento anual de llegadas mayor que es de 15%, mientras de Ecuador y Bolivia presentan cifras muy inferiores.

Justificándose esta investigación en la necesidad de crear una nueva alternativa de desarrollo inclusivo y sostenible en el distrito de Ayapata tomando como base al turismo, y que se dé en forma conjunta a las ya establecidas como la agricultura, ganadería, artesanía, etc. Esto sin lugar a dudas, ayudará a mejorar la calidad de vida de la población residente y aledaña a la zona. Además hacer que este trabajo sirva como modelo adecuado en cuanto a la promoción del turismo rural donde se considere importante la cadena productiva del turismo en su conjunto para los emprendimientos en este sector.

## **1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **1.4.1 Objetivo general**

Promover emprendimientos económicos en la cadena productiva de turismo rural vivencial en las comunidades de Kana y Taype del distrito de Ayapata para el desarrollo económico de la población activa.

### **1.4.2 Objetivo específico**

- Conocer las bondades turísticas que reúnen las comunidades de Kana y Taype para promover el turismo rural vivencial.
- Identificar emprendimientos económicos para el desarrollo, planificación y organización de la cadena productiva del turismo rural vivencial en las comunidades de Kana y Taype.
- Proponer estrategias de promoción de los emprendimientos económicos de cadenas productivas en turismo rural vivencial en las comunidades de Kana y Taype para el desarrollo poblacional.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 2.1 MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1 Producto Turístico

De acuerdo con Mincetur, un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.

La relación entre el recurso, atractivo y producto turístico es secuencial y progresiva, por ello se identifican por lo menos dos fases de desarrollo:

**De recurso a atractivo:** El recurso turístico por sí mismo no garantiza actividad turística. Si se le incorpora instalaciones, equipamiento y servicios de calidad que agregan valor, el recurso turístico se convierte en un atractivo turístico.

**De atractivo a producto:** Esto sucede cuando el atractivo turístico, en conjunto con la planta turística y la infraestructura, se unen para conformar un producto turístico. Como veremos en el siguiente cuadro, existe una relación secuencial y progresiva entre recurso turístico, atractivo turístico, producto turístico y destino turístico. En algunos casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio pero es algo más. La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.”

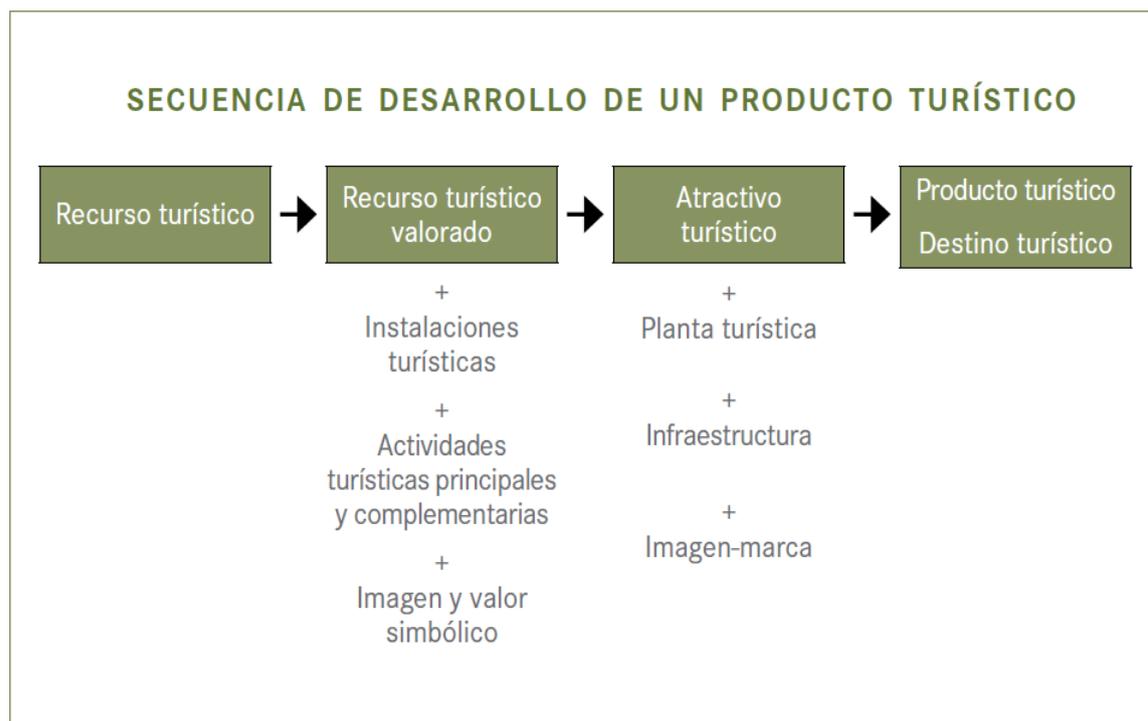


Figura 1 Secuencia de desarrollo de un producto turístico  
 Por Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú, mayo del 2014, Manual para la planificación de productos turísticos

### 2.1.2 Etapas en el Desarrollo de un Producto Turístico

El desarrollo de un producto turístico se divide en tres etapas claramente diferenciadas: planificación, implementación y comercialización y marketing. Podemos verlas, junto con pasos y elementos complementarios igualmente importantes, en el siguiente cuadro:

PLANIFICACIÓN	IMPLEMENTACIÓN	COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING
1. Análisis del destino	Implementación de las actividades programadas en el plan de trabajo validado por los actores involucrados	Comercialización del producto turístico
2. Conceptualización y producto turístico		
3. Diseño del producto turístico		
4. Plan de acción para el diseño del producto turístico		
Validación		
Participación del comité gestor del producto turístico		

Figura 2. Etapas del desarrollo de un producto turístico.  
 Por Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú, mayo del 2014, Manual para la planificación de productos turísticos.

Desde otro enfoque el producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de consumir a la que llamamos turista.

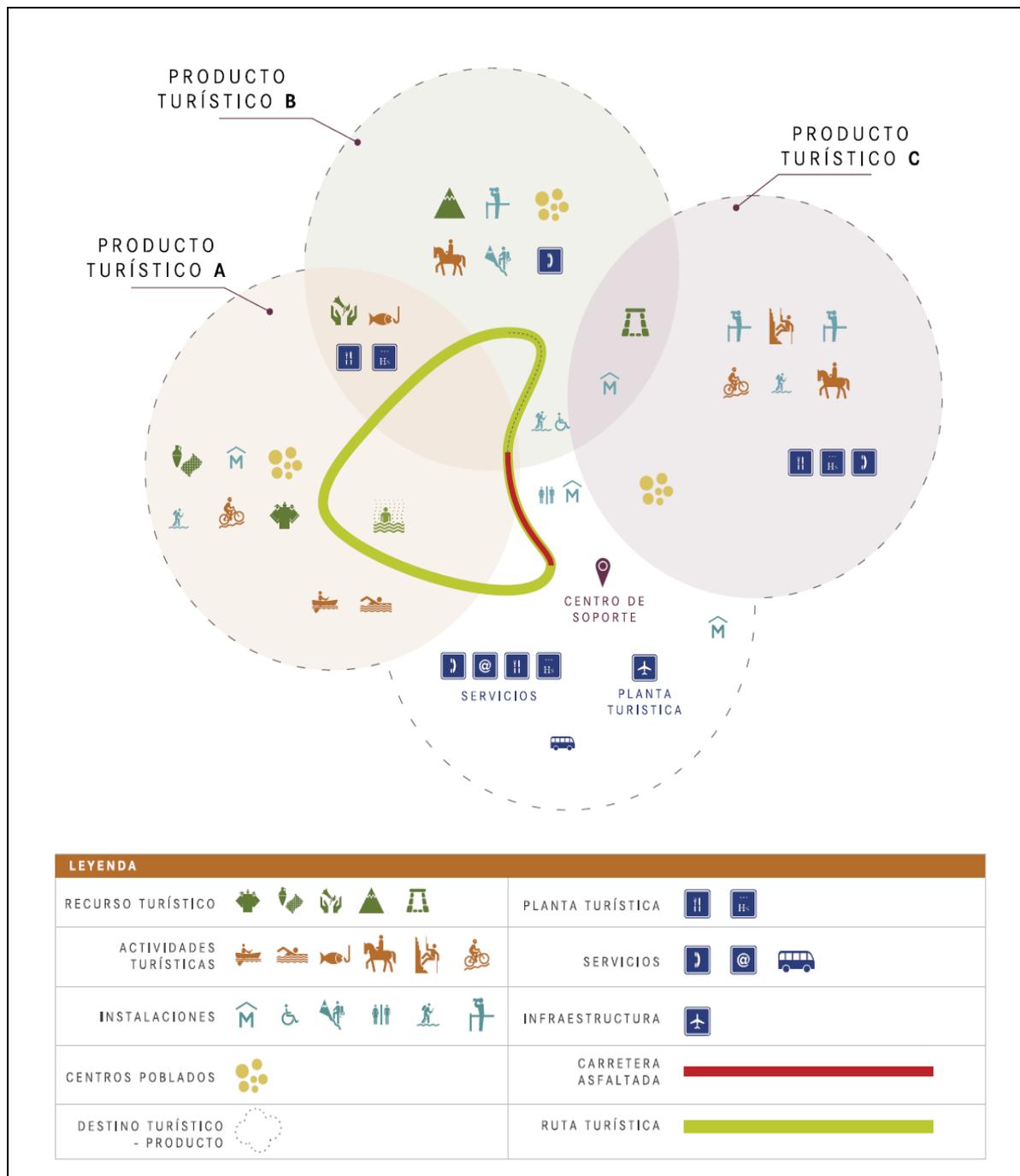


Figura 3. Productos turísticos y elementos.  
Por MINCETUR – DNDT 2012

### 2.1.3 Desarrollo de Productos Turísticos

Es la estrategia de crecimiento en la que una empresa desarrolla nuevos productos turísticos para mercados que ya atiende. Es la etapa de la vida de un producto nuevo y en la que se investigan sus características y la adecuación al mercado. Si son productos ya comercializados el objetivo es prolongar su vida dentro del mercado. (<http://diccionario.babylon.com/desarrollo%20de%20producto/>).

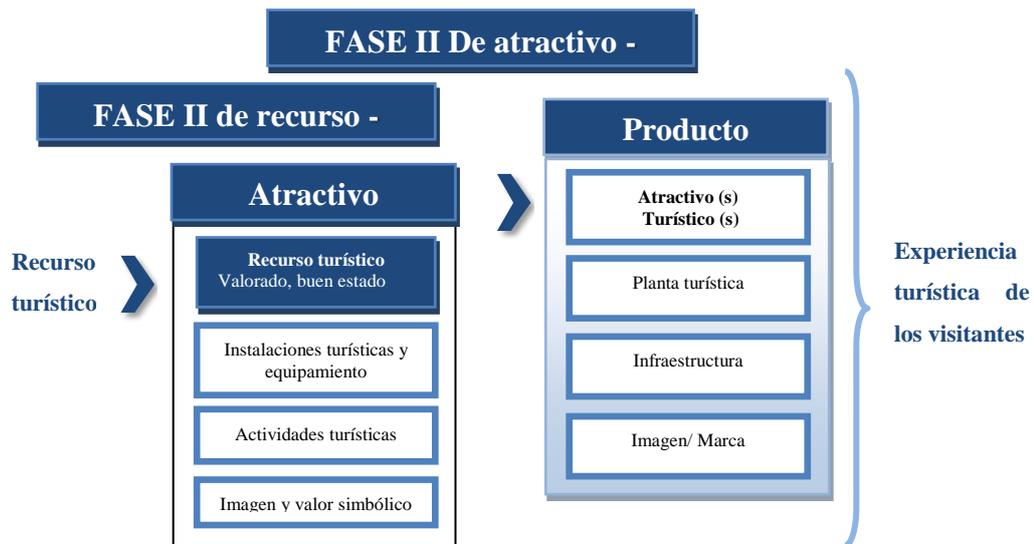


Figura 4. Desarrollo de un producto turístico. Por MINCETUR – DNDT 2014

### 2.1.4 Mercado Turístico

Está integrado por la coincidencia de quienes ofertan y demandan bienes y servicios turísticos en una época determinada (Castillo. 1987).

### 2.1.5 Comercialización o Mercadeo

Es el conjunto de todas las actividades que la empresa debe realizar para crear, promover y distribuir productos o servicios de acuerdo con la demanda de los clientes actuales o potenciales y las posibilidades de la empresa para producirlos (OMT. 2003).

### 2.1.6 El Turismo Rural Comunitario TRC

El Turismo Rural Comunitario en el Perú es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para brindar servicios turísticos. El fin del Turismo Rural Comunitario es “Contribuir al desarrollo de las zonas rurales a través del turismo, como herramienta de desarrollo económico-social del Perú”. El Turismo Rural Comunitario permite ofrecer a los visitantes la oportunidad de disfrutar de un entorno físico y humano

en las zonas rurales, con mayores características de autenticidad y atención personalizada; de ésta manera los productos de turismo rural comunitario aportan un valor agregado a los destinos turísticos, que permite al país ser más competitivo. (MINCETUR, Manual del emprendedor en Turismo Rural Comunitario. Año 2008. Pág. 11)

### **2.1.7 Producto Turístico Rural**

En el caso del producto turístico rural, este es básicamente la promesa de utilización del entorno natural y antrópico, combinado con la prestación de servicios básicos y/o complementarios, en un tiempo determinado. El producto turístico rural es el resultado de la combinación de recursos, servicios y equipamientos susceptibles de utilización turística.

La configuración de la estructura del producto turístico rural por tanto es compleja ya que engloba elementos tangibles con intangibles unido a la interacción entre prestatario del servicio y cliente. Por tanto el producto turístico rural podría ser definido como una combinación de prestaciones y componentes materiales e inmateriales que ofrecen unos beneficios al cliente en respuesta a determinadas expectativas y motivaciones (Altés Machín, 1993).

### **2.1.8 Turismo Rural**

El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. (Cabrini. 2002).

Concepto de turismo rural comunitario en el Perú “El Turismo Rural Comunitario en el Perú es toda actividad turística que se desarrolla en el medio rural, de manera planificada y sostenible, basada en la participación de las poblaciones locales organizadas para beneficio de la comunidad, siendo la cultura rural<sup>4</sup> un componente clave del producto”. (MINCETUR, 2008)

### **2.1.9 Casa Rural**

Vivienda del ámbito rural que destina algunas de sus habitaciones al servicio de alojamiento no permanente, incluyendo servicio de desayuno, así como el disfrute de espacios comunes. La Casa Rural también podrá ser puesta en forma exclusiva a disposición de los huéspedes, pudiendo en este caso, prestar o no servicios complementarios. (Reglamento de establecimientos de hospedaje. - MINCETUR - CALTUR 2012).

### 2.1.10 Establecimiento de Hospedaje Rural

Establecimiento de hospedaje ubicado en zona rural, destinado a prestar servicio de alojamiento no permanente, a efecto que sus huéspedes pernocten en éste, con la posibilidad de incluir servicios complementarios, a condición del pago de una contraprestación previamente convenida. Los Establecimientos de Hospedaje Rural deben edificarse o adecuar su edificación, considerando las características propias de la arquitectura tradicional de la zona donde se ubiquen, estar integrados al paisaje y entorno natural y cumplir con las disposiciones sobre protección del medio ambiente. ((Reglamento de establecimientos de hospedaje. - MINCETUR - CALTUR 2012).

### 2.1.11 Infraestructura Turística

Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. (MINCETUR – DNDT. 2012).

Entre las más importantes tenemos:

Tipo	Sub-tipo	Ejemplos
Transporte	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
Servicios Básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Fuente: MINCETUR - DNDT

Figura 5. Infraestructura básica requerida en un centro poblado. Por MINCETUR- DNDT.

El concepto de cluster proviene de la economía industrial y su utilización se difunde a partir de los trabajos de Michael Porter (1990, 1999) que lo define como la concentración espacial de empresas interconectadas en base a una actividad productiva, incluyendo a las actividades proveedoras de insumos y conexas, e instituciones de apoyo como agencias gubernamentales y universidades. Este autor, analiza la importancia de los clusters para la economía en relación al Diamante de la Competitividad, dado que la cercanía geográfica de las empresas promueve la difusión de innovaciones, la creación de un mercado de trabajo y de proveedores especializados, y el surgimiento de economías de

escala externas a las empresas. La cercanía también promueve vínculos interempresariales de confianza y cooperación, que coexisten con los vínculos basados en la competencia.

En relación a la actividad turística, el concepto cluster es útil para analizar el conjunto de empresas que brindan servicios a los visitantes, pero incorporando el conjunto más amplio de actividades que forman los encadenamientos productivos así como también el subsistema denominado superestructura. De esta forma, se entiende por cluster turístico la aglomeración de empresas que se instalan en torno a los recursos turísticos, incluyendo las actividades características que brindan servicios básicos, las empresas relacionadas por efectos indirectos e inducidos, y las instituciones que conforman la superestructura turística. A partir de las relaciones que se producen en el cluster, surge el producto global que caracteriza al destino (Varisco, 2011).

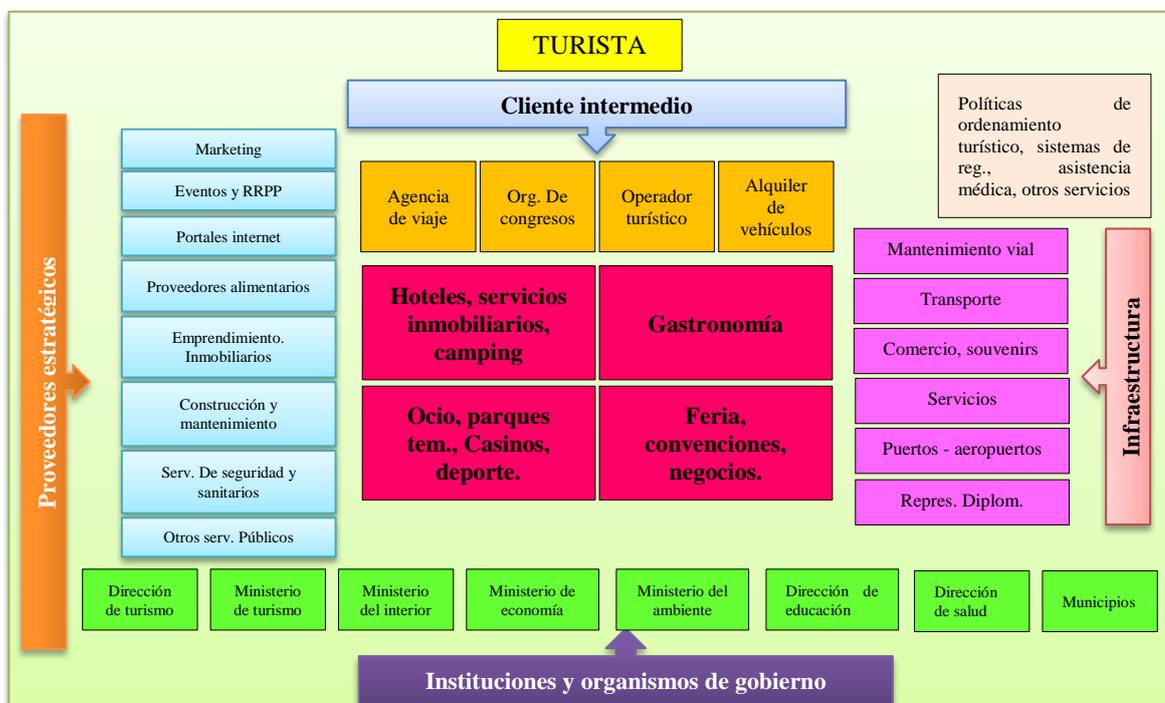


Figura 6. Mapa clúster de turismo de Punta del Este.2012.

### 2.1.13 Cadena Productiva

El concepto de cadena productiva se utiliza para describir cada uno de los eslabones que conforman la elaboración de un bien o servicio, desde la obtención de materia prima, su transformación, distribución y consumo. Generalmente la información se sintetiza en esquemas que reflejan las etapas de la producción y las principales actividades desarrolladas por cada eslabón. Si bien puede utilizarse para describir los procesos a nivel de una empresa, su uso más frecuente muestra los eslabonamientos productivos entre empresas necesarios para que un producto llegue a los consumidores (Mitnik, 2011). En algunos casos, el análisis de la cadena productiva incluye la descripción del rol que

cumplen las instituciones de apoyo. En turismo también se ha utilizado este concepto para describir, en principio, los eslabones básicos que componen el producto turístico. El siguiente esquema representa esta versión simplificada de la cadena de turismo, cuya utilidad se hace más evidente al utilizar el concepto de cadena de valor, que se menciona en el punto siguiente.



Figura 7. Cadena de valor y componentes  
Por Butler & Halter. 2011.

El esquema representa un caso típico de mediación de agencias de viajes al que podría incorporarse un eslabón anterior a la venta minorista representado por los tour operadores. Un esquema alternativo, pero también aplicado al mercado turístico mediado por empresas mayoristas, tiene la forma de un átomo, con un núcleo representado por los turistas. “El cliente, formado e informado, en una situación de sobre oferta en todo (destinos, alojamiento, transporte, canales de distribución...), se constituye en el valor central del negocio” (Butler & Halter, 2011).

Se intenta reflejar de este modo, tres características propias de la cadena productiva del turismo:

- a) La instalación de las actividades productivas en torno a los recursos turísticos, naturales y culturales, propios del territorio.
- b) La diversidad de encadenamientos que se producen en la actividad y que exceden el análisis de las industrias características.
- c) La importancia de la superestructura como subsistema responsable de la gestión integral del destino.

#### 2.1.14 Cadena de Valor

El concepto de cadena de valor está directamente relacionado con el de cadena productiva y se utiliza también en dos escalas: para el análisis de las actividades que, dentro de los límites de una firma, *agregan valor al producto final*; y a nivel general, para el análisis del *valor agregado que genera cada eslabón* de una cadena productiva. “El primer uso del término cadena de valor ha sido y es de interés central para los especialistas en administración de empresas ya que identifica todas las actividades internas de una firma que crean valor para un cliente” (Mitnik, 2011:42). El segundo uso del término permite

analizar las relaciones económicas más allá de la delimitación de un sector productivo, pero indicando la contribución porcentual de cada eslabón al precio final del producto en términos de valor agregado o a partir de los beneficios promedio que obtiene cada eslabón. En el contexto de la globalización, cobran importancia las cadenas de valor que traspasan las fronteras de un país.

Con relación a los destinos turísticos y los encadenamientos de empresas Sergio Paz (2011) comenta: “El análisis de la cadena de valor es un instrumento que examina a nivel sectorial, cada eslabón de la cadena de producción, intentando trazar el diagrama del proceso completo, con el objetivo de determinar en qué etapa se puede captar mayor valor”. En este sentido, el concepto es de sumo interés para el análisis económico de la actividad, pero tiene la limitación ya de la falta de información estadística.

Según PENX MINCETUR, la cadena de valor es el “Conjunto de agentes económicos interrelacionados por el mercado desde la provisión de insumos, producción, transformación y comercialización hasta el consumidor final”. “La cadena identificada permite localizar las empresas, las instituciones, las operaciones, las dimensiones y la capacidad de negociación, las tecnologías, las relaciones de producción y relaciones de poder en la determinación del precio”. (Proyecto de cooperación ue-peru / penx mincetur – Perú)

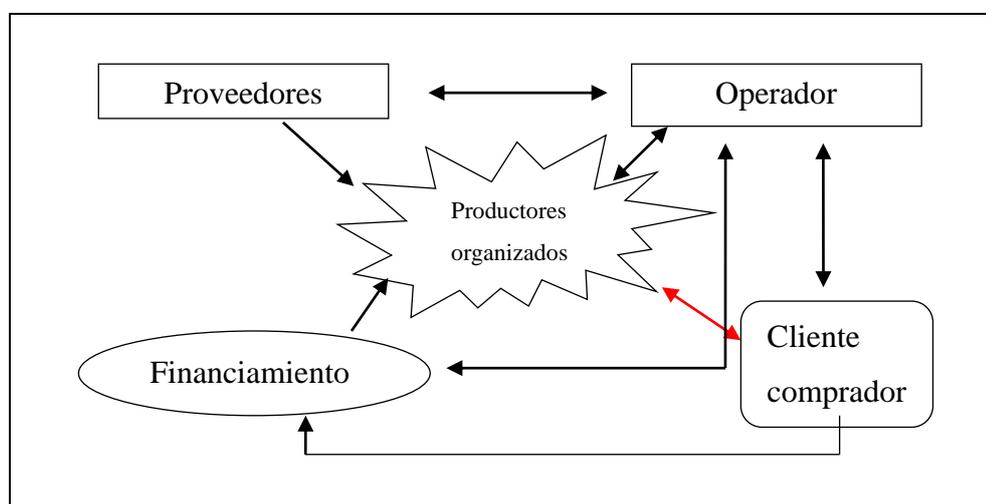


Figura 8. Cadena de valor.  
Por Proyecto de cooperación ue-peru / penx mincetur – Perú

### 2.1.15 Cadena de Valor en Turismo Según el Análisis de CEPAL

El concepto de cadenas de valor del Turismo abarca todos los bienes y servicios que entran en el suministro de productos turísticos a los viajeros, así como los servicios que les ayudan a planear y ejecutar sus viajes, la organización de la producción y el consumo de los servicios de turismo abarcan un aglomerado de actividades independientes

y relacionadas. La hotelería como una actividad nuclear de la producción y consumo del turismo, crea encadenamientos hacia atrás que se establecen entre los hoteles y los proveedores de los insumos para consumo inmediato, tales como carne y pescado, productos lácteos, vegetales y bebidas en general, que pueden ser comprados en el mercado local. Otros tipos de encadenamientos son establecidos *ex-ante* con la industria de construcción, y empresas que diseñan y confeccionan muebles, equipos, manteles, uniformes.

Cuando esos bienes son producidos localmente, las actividades relacionadas con el turismo pueden tener un elevado efecto multiplicador en la economía local, mediante externalidades del consumo directo a lo largo de **cadena de valor**. Además, el consumo turístico produce encadenamientos hacia adelante por medio de la producción de bienes y servicios directamente comprados por los turistas, tales como artesanías, compras locales de otros bienes, espectáculos musicales, tratamientos de salud, estética, el empleo de guías turísticos, entre otros. Vale reiterar que el turismo internacional es una modalidad de comercio en la cual el consumidor cruza la frontera, en el lugar del producto. Por lo tanto, además de los bienes y servicios en el destino turístico, la cadena de valor del turismo incluye los servicios que apoyan los turistas en su decisión de viajar al país de destino. El consumidor debe inicialmente decidir entre destinos alternativos para su viaje de placer, o las empresas deben escoger entre destinos alternativos para realizar sus conferencias, seminarios de capacitación, o reuniones de empresas. Cabe señalar que el turismo es una actividad en la cual la calidad de la infraestructura local y nacional, el conocimiento y más aún, el acceso a las cadenas globales de comercialización y distribución son elementos críticos. La construcción de la imagen de un destino turístico es un proceso que consume tiempo y recursos.

Por lo tanto, la cadena de valor en turismo de los servicios abarca tanto las actividades en los países en que residen los viajeros (mercados emisores) como las actividades en los países que los reciben (mercados receptores). Es decir, la cadena empieza con los establecimientos que facilitan la decisión de viajar por el turista, y que a su vez inciden sobre la competencia entre los destinos turísticos. El acceso a los canales de comercialización y distribución globales es considerado fundamental para la creación y consolidación de un destino turístico.

Entre los servicios que actúan en los mercados emisores se incluyen:

Agencias de viaje minoristas que venden servicios turísticos al consumidor final a través de oficinas abiertas al público o por Internet.

Sistemas de distribución (*Global Distribution Systems* o GDS) que apoyan las aerolíneas y la mayoría de agencias de viajes para realizar reservas.

Operadores turísticos o agencias mayoristas que desenvuelven paquetes de viajes y los comercializan a través de agencias minoristas aunque también lo pueden hacer directamente.

Servicios de transporte internacional – incluyendo los operadores de vuelos *charter* y las líneas de bajo costo– y sus proveedores (*catering, handling*, entre otros).

Algunos actores en la cadena de valor turística disfrutan de poder de mercado, ya sea como vendedores o como compradores. Es el caso de los operadores turísticos que negocian grandes volúmenes de reservas con las empresas de los destinos, y que disfrutan, por lo tanto de un gran poder de negociación con las agencias locales. Asimismo, las agencias minoristas de viaje que tienen una gran cobertura de mercado, y que, en algunos casos, venden los viajes de los tour operadores en exclusiva. A ellos se añaden las compañías de vuelos *chárter*, grandes cadenas de hoteles, compañías de cruceros o los grupos que promueven los parques temáticos y su oferta asociada (Altés. 2006).

En los destinos receptores operan:

- Empresas nacionales de transporte internacional;
  - Operadores que actúan como representantes de los operadores turísticos extranjeros o comercializan sus servicios directamente a visitantes del exterior.
  - Establecimientos de alojamiento de diferentes tamaños
  - Diversos servicios de comidas y bebidas.
  - Transporte local.
  - Operadores de actividades deportivas y de ocio; y comercio de recuerdos, artesanías.
- Otros sectores de relevancia para algunos mercados son los servicios inmobiliarios de venta y alquiler de viviendas vacacionales, organización de eventos, culturales y de espectáculos, o servicios profesionales como los guías de turismo. (CEPAL); Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual (México, D.F., 11 de octubre de 2001).

**2.1.16 Efecto Multiplicador**

En su forma más sencilla, el efecto multiplicador refleja el número de veces que el dinero gastado por los turistas circula en la economía del país. En ese sentido, una parte del efecto multiplicador de los gastos de los turistas en la producción e inversiones productivas en otros sectores de la economía “se escapa” ya sea de la economía local como de la nacional. (Albert Hirschman).

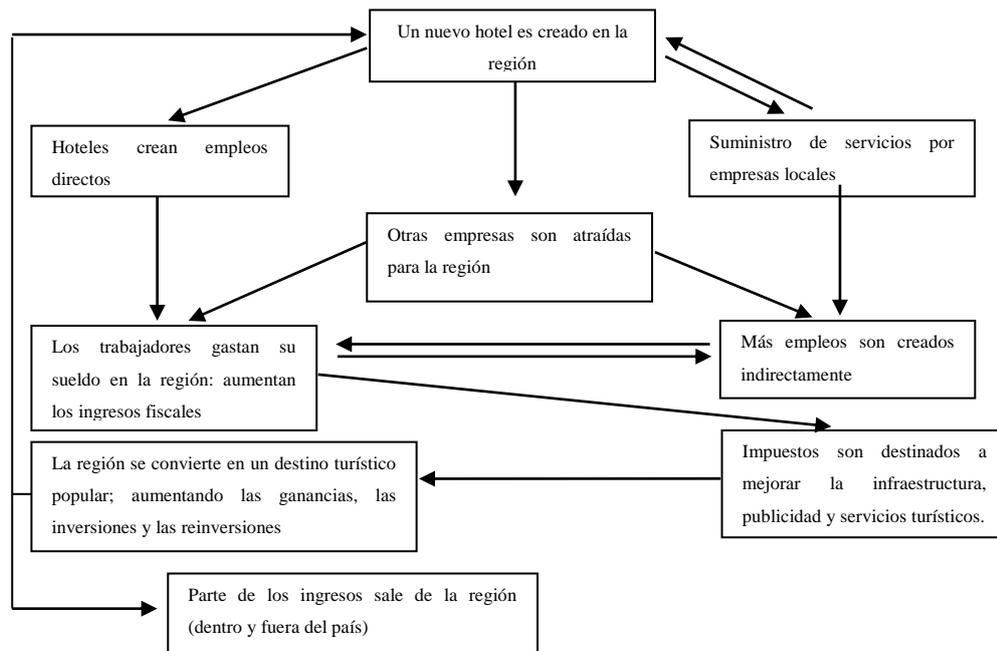


Figura 9. Efecto multiplicador de la inversión turística.  
 Por. <http://geographyfielwork.com/images/tmstatic.gif>

**2.1.17 El Emprendedor**

Un emprendedor es una persona natural o jurídica que promueve un negocio o actividad productiva vinculada a servicios y/o productos del turismo (alimentación, hospedaje, artesanía, guiado, arrieraje, etc.). El emprendedor o grupo de emprendedores asociados formalmente deberán contribuir a la sostenibilidad de la actividad turística en su territorio y por consiguiente mayores posibilidades de éxito de sus negocios. (MINCETUR, Manual del emprendedor en Turismo Rural Comunitario. Año 2008. Pág. 11)

**2.1.18 El Emprendimiento de Turismo Rural Comunitario**

Es un conjunto de acciones realizadas como producto de la interacción de gestores y emprendedores, que permitirán la prestación de servicios turísticos públicos y privados, los cuales se encontrarán articulados de acuerdo con una ruta de visita turística en un ámbito rural determinado. Los recursos turísticos dan cuenta de un lugar, objeto o

acontecimiento que podría brindar experiencias únicas para los visitantes. El emprendimiento puede hacer uso de un conjunto de recursos turísticos y ofrecer un itinerario en el marco de una ruta de visita; por ejemplo, el emprendimiento podría brindar la muestra de bailes típicos y modos de vida de la comunidad, degustación de platos típicos, observación de la naturaleza, entre otros. Si bien existen varios tipos de recursos turísticos para emprendimientos de turismo, se puede considerar para estos casos, los siguientes: Sitios Naturales: esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos, son considerados parte importante del potencial turístico. Se deben considerar como locaciones para practicar diversas actividades según su perfil. Manifestaciones Culturales: se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros. Folclore: es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado. Acontecimientos Programados: categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores. (MINCETUR, Manual del emprendedor en Turismo Rural Comunitario. Año 2008)

## 2.2 MARCO CONCEPTUAL

**Atractivo Turístico:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico de un país, el turismo solo tiene lugar si existen ciertos atractivos que motive al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él (Castillo 1987).

**Recursos Turísticos:** Son aquellos valores turísticos que posee un país, y son factibles de explotarse turísticamente, pueden ser recursos físicos, culturales y humanos (Castillo 1987).

**Circuito turístico:** Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

**Corredor turístico:** Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte. Para desarrollar un PIP de turismo es necesario que la Unidad Formuladora tome en cuenta las siguientes consideraciones antes de iniciar su elaboración:

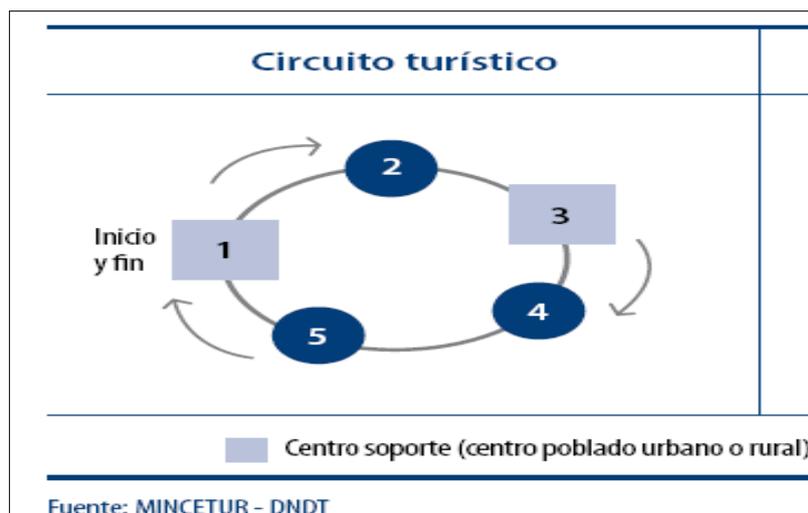


Figura 10. Diferencia circuito y corredor turístico

**Oferta Turística:** Está constituido por la capacidad receptora de un país o lugar, es decir el conjunto de bienes, servicios y organización turística, conjunto de bienes y servicios puestos efectivamente en el mercado (Castillo 1987).

**Demanda Turística:** Es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor, abarca por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual y futuro. (Acerenza 2000).

**Turismo:** Es un fenómeno social que consiste, en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura, salud se trasladan de su lugar de origen habitual a otro, en el que no ejerce ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultura.

**Turista:** Persona que visita un lugar diferente de su residencia habitual por diversas motivaciones, como: conocer cultura, arte, gastronomía, arqueología, naturaleza, negocios, investigación, estudio, salud, etc. Y que hace uso de los servicios de hospedajes, restaurante, establecimientos de esparcimiento.

**Promoción:** es la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren (Kotler, Cámara, Grande & Cruz. 2009).

## 2.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.3.1 Hipótesis General.

- La existencia de recursos turísticos en las comunidades de Kana y Taype del distrito de Ayapata, posibilitará la promoción del turismo el cual se efectuara con actores de los emprendimientos económicos de las cadenas productivas para el desarrollo del turismo rural en beneficio de la población.

### 2.3.2 Hipótesis Específica.

- a. Si se caracteriza las bondades de los recursos naturales y culturales de las comunidades de Kana y Taype nos permitirá promocionar como destino turístico rural, para el beneficio de los emprendimientos económicos en el distrito de Ayapata.
- b. Si se caracteriza las bondades de los recursos naturales y culturales de las comunidades de Kana y Taype nos permitirá promocionar como destino turístico rural, para el beneficio de los emprendimientos económicos en el distrito de Ayapata

## 2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1.  
*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL			
	FACTORES A MEDIR	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<b>Variable Independientes</b>	Recursos Potenciales de las Comunidades de Kana y Taype	Población de la Comunidad de Kana y la Comunidad de Taype Referencias históricas Recursos naturales Ecosistemas Vías de acceso Alimentación Alojamiento Otros servicios	Revisión bibliográfica Encuesta Fotografía Observación	-Fichas Bibliográficas Cuestionario de encuestas Videos Mapas Fichas bibliográficas Fichas de observación
<b>Variable Dependiente</b>	Promoción de Emprendimientos económicos de cadenas productivas en turismo rural	.Estrategias de Promoción del Turismo Rural como emprendimientos económicos -Elaboración del mapa de estrategia de Promoción turística	Revisión bibliográfica Encuesta	Fichas bibliográficas Fichas de tratamiento en esquemas

Nota: Definición de las variables independiente y dependiente de investigación. Por M. Enríquez.

2014.

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El proyecto de investigación es exploratoria, descriptiva, analítica y deductiva ya que requiere la aplicación de un conjunto de estrategias o procedimientos y métodos, los que nos van a permitir arribar a los resultados que se busca, en este caso demostrar las hipótesis y cumplir con los objetivos trazados.

#### 3.2 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN, INSTRUMENTOS DE RECOJO DE INFORMACIÓN.

A diferencia de los métodos, las técnicas constituyen elementos de investigación más precisos, específicos y concretos en la ejecución de la investigación, a través de las técnicas operacional izamos los diversos indicadores en la práctica, entre ellos tenemos:

**Técnica documental o bibliográfica.-** Nos permite revisar la documentación de carácter teórico sobre la materia, elementos de sustento en la ejecución de la tesis.

**Técnica de la encuesta.-** Mediante esta técnica, apoyados de un instrumento de recolección de datos se aplica una encuesta sobre el tema materia de la investigación.

**Técnica de entrevista.-** Mediante esta técnica, apoyados de un cuestionario se contrasta las respuestas o resultados de las encuestas realizadas.

**Técnica de la Estadística.-** Los datos obtenidos en el trabajo de campo, son cuantificados, luego sometidos a un tratamiento estadístico, como elemento que ofrece mayor nivel de precisión y confiabilidad cuando se trata de medir los resultados.

Tabla 2.  
*Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
- <b>Observación directa</b>	- Percepción visual
- <b>Consulta documental y bibliográficas</b>	- Uso de fichas bibliográficas
- <b>Encuestas y entrevistas.</b>	- Formato de cuestionario.
- <b>Estadísticas.</b>	- Paquete spss v. 18 - Formato de registro de recursos turísticos.

Nota. Uso de las técnicas de investigación para su aplicación de instrumentos. Por M. Enríquez. 2014.

### 3.3 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Para el desarrollo de la investigación se realizaron en tres fases o etapas siguientes:

**Fase de gabinete:** Se inició con la recopilación de la información diversa, principalmente referido al turismo, tanto bibliografía, cartografía y documentales. Asimismo, se elaboraron mapas base y otros que fueron comprobados en el terreno, de igual forma se confeccionan tipos de encuesta y se realizan el análisis e interpretación de datos.

**Fase de campo:** En esta etapa se continua la recolección de datos a través de entrevistas, encuestas, identificación de emprendimientos económicos en turismo rural y la comprobación de los mapas previamente elaborados, se tomaran fotografías y filmaciones de los lugares y áreas que reúnan condiciones de sitios turísticos y otros para acondicionarlos.

**Fase de Gabinete:** Es la última etapa en donde se analizaron e interpretaron los datos acumulados tanto bibliográficos como de campo, se elaboraran los mapas y el informe final.

### 3.4 DIMENSIÓN DE ANÁLISIS

La dimensión del análisis comprendió principalmente el distrito de Ayapata ubicado en la Provincia de Carabaya, Región Puno; sobre los 3,400 msnm. Específicamente en sus comunidades Kana (sector Levita) y Taype (sector Ccochauma), se consideraran desde la perspectiva social cultural, económica con incidencia sostenible a favor del medio ambiente.

### 3.5 UNIDAD DE ANÁLISIS.

Los elementos que se analizaron para la obtención de información de los cuales para desarrollar la investigación, está conformada lo siguiente:

- Recursos turísticos de las comunidades de Kana y Taype del distrito de Ayapata que integraran la ruta turística.
- Emprendimientos económicos en turismo.
- Instituciones públicas y privadas.
- Turistas efectivos y potenciales.

### 3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.6.1 Población de estudio

La población de Ayapata según el censo nacional de población y vivienda del 2007 es de 8,996 habitantes según censo nacional de población y vivienda de 2007 - INEI.

Según censo 2007 de INEI la población de Taype es de 996 habitantes. Se trabajará con una muestra de 30 encuestados, personas interesadas en el turismo rural.

Según censo 2007 de INEI la población de Kana es de 1437 habitantes. Se trabajará con una muestra de 20 encuestados, personas interesadas en el turismo rural.

#### 3.6.1.1 Muestra

##### a. Muestreo por Conveniencia

El muestreo por conveniencia es un método de muestreo no probabilístico. Consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador para la muestra. Esta conveniencia se produce porque al investigador le resulta más sencillo examinar a estos sujetos, ya sea por proximidad geográfica, por ser sus amigos, etc. El método del muestreo por conveniencia permite seleccionar una muestra con facilidad. Suele utilizarse en estudios iniciales para comprobar si se cumplen las hipótesis que se plantea el investigador. Una vez realizado el estudio, si se comprueba que los resultados son favorables a sus predicciones, ya se puede plantear la posibilidad de hacer el estudio con muestras probabilísticas para generalizar el resultado. Por ser el presente un estudio de tipo exploratorio descriptivo, se utilizará el muestreo por conveniencia por la proximidad geográfica de los habitantes de las comunidades de Taype y Kana del distrito de Ayapata siendo la siguiente la muestra:

- En la comunidad de Taype: muestra 30 pobladores

- En la comunidad de Kana muestra: 20 pobladores

### **3.7 MÉTODO ESTADÍSTICO**

El método estadístico que se utilizó es la estadística descriptiva analítica, de acuerdo a la variable cuantitativa y cualitativa, para la cual se aplicara la estadística descriptiva con uso del SPSS 18, para ello se utiliza los gráficos e histogramas.

### **3.8 ÁMBITO DE ESTUDIO**

En el presente estudio de investigación se consideró el ámbito de estudio los centros poblados de: Kana sector Levita y Taype sector Ccochahuma del Distrito de Ayapata que se encuentra ubicado en la Provincia de Carabaya, en el departamento de Puno. Al Norte de Macusani capital de la provincia con las coordenadas siguientes: a  $12^{\circ} 15' 30''$  de latitud Sur y  $70^{\circ} 16' 30''$  de longitud Oeste, del meridiano de Greenwich. Localización UTM (GPS) siguientes; Este: a 357210 y Norte: a 8476950. A 3500 m.s.n.m. Situada en la vertiente oriental de la cordillera de los andes, a 306 Km. de distancia de la capital de la región de Puno y a 53 Km. de distancia desde Macusani, el acceso es por una carretera trocha que desciende en forma de serpiente por los cerros a partir del nevado del Allin Cápac que pertenece a la cordillera de Carabaya y que es la parte sur de Ayapata.

## CAPÍTULO IV

### 4 CARACTERIZACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LAS COMUNIDADES DE KANA Y TAYPE

#### 4.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL DISTRITO DE AYAPATA

##### 4.1.1 Ubicación geográfica.

Ayapata se encuentra ubicado al Norte de Macusani capital de la Provincia de Carabaya, con las coordenadas siguientes: a  $12^{\circ}15'30''$  de latitud Sur y  $70^{\circ} 16'30''$  de longitud Oeste, del meridiano de Greenwich. Localización UTM (GPS) siguientes; Este: a 357210 y Norte: a 8476950 y de Cota: a 3400 m.s.n.m. Situada en la vertiente oriental de la cordillera de los andes, a 306 Km. de distancia de la capital del departamento de Puno, a una distancia de 53 Km. desde Macusani por carretera trocha que desciende en forma de serpiente por los cerros a partir del nevado del Allinccapac que pertenece a la cordillera de Carabaya y que es la parte sur de Ayapata.

##### 4.1.2 Ubicación Política

Departamento:	Provincia:	Distrito:
Puno	Carabaya	Ayapata

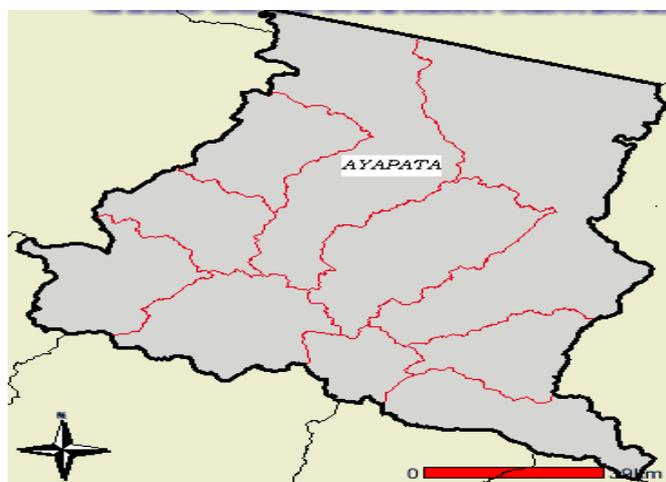


Figura 11. Mapa político de la provincia de Carabaya Por INEI. 2012

### 4.1.3 Límites

El distrito de Ayapata limita de la siguiente manera:

Norte	: Departamento de Madre de Dios
Sur	: Distrito de Macusani
Este	: Distrito de Ituata y el Distrito de Coaza
Oeste	: Distrito de Ollachea y el Distrito de San Gabán
Noroeste	: Departamento de Cusco



Figura 12. Mapa del distrito de Ayapata.  
Por INEI. 2012

### 4.1.4 División política

El Distrito de Ayapata cuenta con cuatro comunidades que ahora son centros poblados legalmente reconocidos son: Hanac Ayllu, Kana, Taype y Kanchi.

### 4.1.5 Accesos

La vía de acceso desde la capital del departamento es:

Puno – Juliaca – Azángaro – Progreso – San Antón – Macusani (carretera asfaltada);  
continúa Macusani – Ayapata (carretera trocha).

### 4.1.6 Antecedentes Históricos

El nombre de Ayapata parece originarse de dos voces quechuas.

**Aya:** muerto y **Pata:** encima, sobre. Así sobre los muertos sería una traducción literal.

Existen dos versiones sobre el origen del nombre de Ayapata. La primera es la que origina sus vocablos quechuas, dado que murieron muchas personas y se volvió un cementerio en el que se constituyó la ciudad originariamente y la segunda versión es la de los hermanos Ayar, esta versión de los hermanos Ayar, nos dice que uno de los hermanos Ayar habría estado enamorado de una doncella que vivía en la actual Ayapata, quien al llegar al lugar habría puesto el nombre de Ayarpata. De estas versiones la más cercana es la primera ya que se encontraron restos óseos de humanos en la reconstrucción de la torre de la iglesia San Salvador. Por lo que, esta población llevaría el nombre en memoria de una página histórica trágica en extremo.

La existencia de Ayapata se remonta a las culturas pre-incaicas. Según el profesor (Adolfo Gonzáles) hay indicios de que la cultura Tiahuanaco se habría extendido con sus dominios hasta esos lugares, esto lo sustenta en la existencia de vocablos aymaras por la zona como; waricunca (pescuezo de vicuña), Waccollo, Chiartita y otros. Las civilizaciones existentes por esta zona se caracterizaban por ser rebeldes, esta civilización bajaba a la parte de abajo a conquistar a los chunchos de la selva, y los chunchos también subían pero no tenían posibilidades de ganar, para estos encuentros tenían dos fortines guerreros una en la parte de abajo conocida como Isicancha que actualmente se encuentra destruido por el pasar de los años y la otra en la parte de arriba conocida como las ruinas de Pitumarca ubicada en un sitio estratégico al lado de un pequeño lago y en la parte de abajo un lago más grande en la cual se encuentra una isla, en este sitio se habría llevado las últimas batallas de resistencia.

Esta zona fue habitada por los kallawayas, población que se dedicaba al pastoreo y agricultura, poseían fama de ser grandes curanderos y conocían sobre astrología. Poblaron un extenso territorio de la actual provincia de Carabaya y Sandía en el Perú y parte del norte Boliviano (Lare caja). En el incanato fueron sometidos por el inca Sinchi Roca y formaron parte del Antisuyo que era conformada por trece sub tribus las cuales son: Kanchi, Kana, Qolla Lupaca, Kallawa, Ubina, Pacaje, Karanka, Charka, Omasuyo, Kallawaya, Uros y Chipayas. Ayapata formaba parte de Kallawaya.

Durante la ocupación española, los kallawayas viajaron por el territorio virreinal llevando sus conocimientos y poniendo en servicio sus dotes con la medicina natural en base a yerbas medicinales de la región. Sin embargo la mala pronunciación del quechua (kallawaya) por parte de los españoles quedo como Carabaya. En el virreinato Ayapata fue un sitio bastante transitado, puesto que era el camino forzoso a las zonas auríferas de oro de San gabán, donde habría en abundancia este mineral, incluso llevaron oro de este lugar

para pagar el rescate de Atahualpa. Los españoles habrían encontrado una pepa de oro de 24 Quilates, tamaño de la cabeza de un humano, de la cual fundieron la cabeza del Rey Carlos V para ser obsequiada al emperador, recibiendo como recompensa de ello un escudo Real que tenía escrito por su majestad: A LA CARABAYA DE LA CORONA REAL. Este símbolo, según los vecinos ayapateños de la época era ostentado junto a otro estandarte negro en las celebraciones religiosas. Ambos desaparecieron en el incendio de la iglesia de San Salvador de Ayapata en 1922.

Durante esta época los pobladores no se sometieron fácilmente a los españoles razón por la cual el Rey de España envió el emblema negro signo de muerte para los del lugar además se levantó una piedra hueca (Jusk'u rumi) donde los españoles azotaban a los lugareños que mostraban signos de rebeldía llegando incluso a ahorcarlos. No contento con esto los españoles habrían llevado a los pobladores a los lugares de Cusco, y vinieron de allí a la actual comunidad K'anchi de Canchis y a la comunidad de K'ana de Canas, que trajeron en reemplazo a los campesinos de dichos lugares a quienes se creía que eran más pacíficos, esto se sustenta en el idioma y el color de la piel de sus habitantes y el nombre actual de estas comunidades.

Túpac Amaru II habría visitado en varias ocasiones a esta zona, sembrando así la idea revolucionaria en los lugareños. Cuando Túpac Amaru II fue capturado y luego decapitado por los españoles estos, se habrían acordado de la rebeldía de Ayapata, por lo que llevaron el brazo izquierdo de Túpac Amaru II, el cual lo exhibieron frente a la torre de la Iglesia de San Salvador y junto a la piedra hueca, como una muestra de escarmiento para los lugareños.

El distrito de Ayapata fue creado en la época de la independencia, exactamente el 21 de junio de 1825, no señalándose claramente su delimitación territorial como distrito manteniéndose este problema hasta la actualidad.

La capital del distrito de Ayapata tiene categoría de pueblo, según Ley N° 12301 del 03 de mayo de 1955. Sin embargo la celebración de aniversario distrital se lleva a cabo el 02 de mayo, esto por no interferir con la fiesta religiosa de las cruces que se lleva cada 03 de mayo.

## **4.2 RECURSOS NATURALES**

### **4.2.1 Flora**

El distrito de Ayapata tiene las posibilidades de desarrollar la explotación de madera en la selva, pero la falta de vías de acceso limita el acceso. Entre las variedades

tenemos: el Aguano, Caoba, Lupuna, Alcanfor, Bálsamo, Laurel, Chillima, Sacsa, Alokaspi, Matapalo y Copal (*Dacryodes kukuckana*). En otras especies tenemos: Bambú, Chapaja, Carrizo, Pacay, Incienso, Solima, Sacsacute, Aliso, Achiote y muchos más.

El distrito de Ayapata en su mayoría presenta una cobertura vegetal rica debido a sus innumerables ríos y riachuelos y al clima, formada por pastizales, humedales y en las partes altas por ichus (*Stipa sp.*), Paqu paqu (*Aciachne pulvinata*) y chilliwa (*Festuca sp.*).



Figura 13. Muestra geográfica del distrito de Ayapata Zona selva, valle y zona alta.  
Por M. Enriquez. 2014

**Hierbas aromáticas y medicinales de uso doméstico** Salvia (*Salvia officinalis*), Muña (*Satureja parvifolia*. (Philippi) Epling), Menta (*Mentha piperita*), Hierba buena (*Mentha spicata*), Panti panti (*Cosmos peucedanifolius*), Manzanilla (*Matricaria chamomilla*), Pinku pinku (*Ephedra americana*).

**Flores Ornamentales se consideran las principales** Rosas, Geranio, Margarita, Clavel, Dalias, punki, girasol, lirio, etc.

**Arboles** Eucalipto, Ciprés, Pino, Tocco, Queñua, Qolli.

#### 4.2.2 Fauna

Por su ubicación geográfica de sierra y selva, Ayapata alberga muchos animales silvestres y tenemos: Perdiz, Choqa, Parihuana, pollos de agua, palomas, Gorriones, Pavo de monte, Pavo gil, Cóndor, Gallareta, Patos, Huallata, Pavos silvestres (*Anseriformes*). Entre los carnívoros están: el Zorro andino, Leoncillo, Perro de monte, Gato montés. De los herbívoros son: Venado gris, Vizcacha, Pichanque, Ronsoco, Lobo de río y Tanka. En cuanto a acuáticos están: Sabalo y Zungaro. Y la especie exótica predominante es la Trucha.

### **4.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMUNIDAD DE KANA.**

#### **4.3.1 Ubicación Geográfica**

Kana se ubica al este de la capital distrital a 3 km de distancia, en el trayecto de la carretera Ayapata a Macusani, se encuentra entre las coordenadas de 13° 50' 30" de latitud sur y 70° 15' 29" de longitud oeste del meridiano Greenwich y una localización UTM (gps) siguientes; Este: a 357210 y Norte: a 8476950, sobre los 3330 m.s.n.m.

Por la Derecha corre el río Yuncamayo que viene bajando hacia el norte por una especie de pequeño valle. El centro poblado se extiende por los flancos del cerro Viunchuku, al margen izquierdo del río se ubica el sector Levita (zona de puente carrozal) que es la zona desde donde inicia el recorrido turístico hacia el sector Ccochauma (Taype). Ubicado al sureste de Ayapata a 300 Km. De distancia de la capital del departamento de Puno.

#### **4.3.2 Extensión y Altura**

El centro poblado de Kana tiene una extensión de 9,550 has y sus principales sectores son: Levita, Ccopa y Kana ubicados al sur y sureste.

Kana está a una altura de 3,380 m.s.n.m. El cual, varía a lo largo y ancho de su territorio, ya que podemos encontrar inmensos valles y cerros de gran altura y partes bajas, donde se encuentra la misma población es valle.

#### **4.3.3 Clima**

La comunidad de Kana tiene un clima variado, el tiempo es frígido con humedad, lluvias y neblinas, también presenta un viento helado y neblina abundante que dura antes de entrar a la primavera y pasando verano.

El régimen de lluvias durante el año tiene el siguiente comportamiento:

- Verano Lluvioso: De diciembre a marzo (75% de precipitaciones pluviales)
- Invierno seco: De mayo a agosto (2% de precipitaciones pluviales)
- Meses de transición: Setiembre a noviembre y abril (23% de precipitaciones pluviales)

La temperatura media es de 12.2 ° C., varía entre la máxima de 18.2 ° C. y una mínima de – 2.1 ° C. y 5 ° C. de oscilación.

#### **4.3.4 Acceso**

Para llegar a Ayapata el viaje es de seis horas aproximadamente desde la capital del departamento por la vía que recorre Puno - Juliaca - Azángaro - Progreso - San Antón -

Macusani (carretera asfaltada) y Macusani a Ayapata (carretera afirmada). La distancia entre puno y la capital de la provincia de Carabaya (Macusani) es de 250 km. La duración del viaje es de 3 horas aprox. En vehículo particular. Así mismo la distancia entre Macusani y Ayapata es de 53 km.

Existe un camino que interconecta con la comunidad de Taype hasta el complejo arqueológico de Pitumarka; como se detalla:

**Camino de herradura Kana – Pacupacu – Taype – complejo arqueológico de Pitumarka;** vía que facilita el acceso de los pobladores de la comunidad de Kana a la comunidad de Taype sector Ccochauma (3 km.), desde este sector se emprenden dos caminos que va al distrito de ollachea (30 km aprox.) y otro al complejo arqueológico de Pitumarka (1 km. aprox.) que es uno de los patrimonios arqueológicos de importancia para el distrito que requiere promocionar para el turismo que es uno de los objetivos de este trabajo de investigación.

#### **4.3.5 Antecedentes Históricos de la Comunidad**

##### **4.3.5.1 Derivación Etimológica**

Cuentan los antiguos pobladores de la comunidad de Kana que posiblemente la palabra Kana proviene de la palabra canas (cusco) debido a que estos pobladores habían escapado de los maltratos por parte de los españoles hasta el pueblo de Ayapata, comunidad de Kana donde se concentraron, en su búsqueda llegaron los españoles hasta este distrito, donde pueden observarse rasgos españoles e incaicos por las construcciones y costumbres que dejaron.

##### **4.3.5.2 Creación**

La comunidad de Kana fue reconocida como comunidad campesina el 11 de junio de 1962, bajo la resolución suprema N° 108.

#### **4.3.6 Población**

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, en el censo de la población y vivienda del año 2007 la población de la comunidad de Kana es de 1437 habitantes.

#### **4.3.7 Situación de los Servicios de Educación**

La comunidad de Kana cuenta con instituciones educativas en sus tres niveles, inicial, primaria y secundaria 01 programas no escolarizado PAANEEI<sub>s</sub> (Programas no escolarizados de educación inicial), 01 institución educativa primaria y 01 institución educativa secundaria.

#### **4.3.8 Situación de los Servicios de Salud**

Dentro del ámbito del centro poblado de Kana, se cuenta con un Puesto de Salud que actualmente cuenta con una construcción moderna, equipamiento básico y personal especializado de enfermería.

#### **4.3.9 Situación de los Servicios de Saneamiento**

La comunidad de Kana en 90% cuenta con los servicios básicos Agua potable y/o piletas, Sistema de desagüe y/o letrinas y Electricidad (luz) de la central hidroeléctrica de San Gabán abastece fluido eléctrico a todo el distrito de Ayapata.

#### **4.3.10 Aspectos Socio-Culturales**

##### ***4.3.10.1 Organización Comunal***

En los años 20, se dio en el Perú la primera ley de comunidades cuya misión principal era limitar los conflictos por la tierra entre campesinos y hacendados es así que el estado protegía las tierras consideradas desde entonces como inalienables.

Las comunidades son instituciones conformadas por familias que se organizan bajo determinadas normas y parámetros sociales y culturales. Tiene un alcalde menor, junta directiva, organización de rondas campesinas, etc.

En esta comunidad principalmente existen programas sociales; y se han conformado al interior de ellas organizaciones como los clubes de madres, organización del vaso de leche y muchas otras, antes realizaban trabajos comunales, faenas, Minka y el Ayni.

##### ***4.3.10.2 Idioma***

La población de la comunidad tiene como lengua materna el quechua, que es hablado principalmente por personas adultas y las mujeres. Así mismo el idioma castellano es utilizado complementariamente por los pobladores.

##### ***4.3.10.3 Religión***

En la comunidad de Kana ubicado en el barrio Miraflores tienen una iglesia adventista donde los pobladores creyentes asisten cada sábado.

##### ***4.3.10.4 Indumentaria Típica del poblador de Kana***

Proximadamente ubicándonos entre el espacio y tiempo cronológico, hace más de 70 años se utilizaba la vestimenta típica de la comunidad, que eran elaborados por los mismos pobladores, mayormente de lana de oveja y alpaca: pollera Phullo, pantalón, poncho, chullo, etc., en la actualidad la vestimenta típica de bayeta no es utilizado a causa

de las nuevas tendencias de los habitantes que prefieren la ropa sintética de moda. Por otro lado el uso del atado por parte de las mujeres se da en manifiesto, cuando acuden a las ferias y reuniones. Las llicllas que llevan atadas a las espaldas son de manufactura cacera o compradas de lanas sintéticas u ovinos de multicolores.

#### **4.3.11 Alimentación**

Los alimentos fundamentales y de mayor consumo que componen la dieta alimentaría son una parte productos de autoconsumo y otra parte comprado, y son: chuño, papa, carne (aves, alpaca y animales menores). Y de las ferias compran otros productos como: las verduras en general, arroz, azúcar, fideos, panes y algunas frutas principalmente que son consumidas durante la semana; tanto kerosene, sal, aceite, de acuerdo a las economías de cada familia.

#### **4.3.12 Actividad Económica**

La principal actividad económica de la comunidad de Kana es la agricultura los cultivos más predominantes son: la papa dulce, papas amargas, habas, tarwi, Maíz, Papa lisa, hortalizas, etc. En pequeñas extensiones generalmente es para el consumo familiar. Seguido por la minería que está constituyéndose como la primera actividad más importante del distrito, ya que genera más fuentes de trabajo para los pobladores, como cargadores (q'epiris) y jornaleros en las minas y arrieros. Los pobladores en su mayoría se dedican a la actividad minera. Respecto a la actividad pecuaria está basada en la crianza de vacunos, ovinos, alpacas, mulas, caballos y llamas; y animales menores como el cuy, gallina, etc. Mientras que la actividad pesquera viene tomando fuerza estos últimos años por los recursos acuáticos existentes como es el río de Kana y río Taype o Markanchaka, para abastecer al mercado local. La artesanía textil es otra de las actividades orientadas a cubrir necesidades familiares mas no para el comercio, realizan textiles en plano: llicllas o q'epiñas, chumpis, frazadas gruesas, phullu, poncho, unkuña, costal, talegas, ch'uspa, etc.

### **4.4 RECURSOS TURÍSTICOS**

#### **4.4.1 Recursos Turísticos Culturales**

##### **4.4.1.1 Ritos**

En la comunidad de Kana la práctica de los ritos se realiza para el bienestar de la familia, cuando construyen casas o instalan un comercio o cualquier otra actividad económica. Para conseguir los objetivos que tiene la costumbre con una fe única. Estos ritos los realizan personas llamadas "Sirviq" que son de más edad casi siempre o persona culta de valores andinos.

**El Ch'uru ch'allay:** Viene a ser el aniversario del ganado vacuno, que se le festeja por las bondades que brinda y por la fertilidad de la próxima campaña. En esta ocasión hacen señales en la oreja y luego adornan sus astas con serpentinas (pilluchiy), en seguida ch'allan con vino y alcohol en un espondilu (ch'uru).

**Pago a la pachamama:** El servichicuy consiste en hacer un ritual de pago a la tierra, es muy difundido en el distrito. Las fechas que más aceptación para los pagos son a partir del mes de mayo, pero de más preferencia en el mes de Agosto, 25 de Diciembre y primero de Enero de cada año

**El malliy:** Es una costumbre donde el alferado (malliy alférez) selecciona las papas traídas por los vecinos, colocando las más grandes sobre una mesa hasta las 8 de la mañana del día siguiente, son adornadas con serpentina y flores (rosa, punki y nujch'u), mientras que la otra parte de papas es colocado en un rincón de la casa, adornado también con serpentinas, flores y con una vela.

**Faenas:** Es la organización colectiva del trabajo de interés colectivo de las comunidades, barrios y otros. Se agrupan con el objeto de trabajar una determinada obra, funciona en la construcción de algunos locales comunales, arreglo de caminos.

#### **4.4.1.2 Fiestas / danzas**

En cuanto a las danzas destacan los Chunchos de Esquilaya, pukllay y los wifalas que se encuentra en extinción, esta última danza anteriormente lo bailaban puro hombres quienes se disfrazaban de mujeres.

Tabla 3.  
Calendario Festivo – Kana

Mes	Fecha	Fiesta	Descripción	Duración
<b>ENERO</b>	1	Año nuevo	Ritual del pago a la pachamama.	1
<b>FEBRERO</b>	2	Fiesta de la virgen de la candelaria	Carrera de caballos y presentación de danzas con trajes típicos.	3
	Movible	Carnavales / phuqllay	El malliy que consiste en agasajo de sus productos agrícolas y ganaderos.	Una semana
<b>MAYO</b>	3	Fiesta de las cruces	Fiesta con corrida de toros, pandillas, entrada de caballos y danza wifalas.	5 días
<b>JUNIO</b>	18	<b>Aniversario de la Comunidad</b>	<b>Danza, desfile, deporte.</b>	<b>3 días</b>
	24	Día del campesino	Celebración con concurso de danzas autóctonas interinstitucional.	1 día
<b>JULIO</b>	28	Fiestas patrias “aniversario nacional”.	Con desfiles escolares, autoridades y comuneros en general.	2 días
<b>AGOSTO</b>	1	Pago a la santa tierra “pachamama”		1 día
	6	Fiesta en honor al patrón San Salvador.	Misa, procesión del patrón, Corrida de toros, pandilla, danza wifalas; feria comercial.	5 días
<b>NOVIEMBRE</b>	01	Todos los santos		2 días
<b>DICIEMBRE</b>	25	Fiestas navideñas	Confraternidad deportiva, fogatas bailables.	1 día

*Nota:* Festividades y eventos anuales como parte de los recursos turísticos de la Comunidad de Kana. Por M. Enriquez. 2014.

#### 4.4.1.3 Gastronomía

La comunidad de Kana es realmente privilegiada por tener una gama de recursos gastronómicos o denominados platos típicos, las cuales pueden ser bien aprovechados y generar recursos económicos a los pobladores de la zona, las mismas que están preparadas a base de recursos naturales de alto valor nutricional propios de la zona como son básicamente, la trucha, el cuy, carne, etc., Tubérculos (papa, oca, isaño, papalisa, tarwi, maíz, chuño, etc.) y productos tropicales que son rica fuente de macro y micronutrientes

como carbohidratos, grasa, proteínas, fibra, minerales, muy necesarios para una buena nutrición.

#### 4.4.2 Recursos Turísticos Naturales

##### 4.4.2.1 *Río de K'ana*

El río K'ana llamado Hatun Mayu; se constituye por los deshielos de los nevados del Chichi Cápac y Allin Cápac, este recurso es idóneo para practicar la pesca sostenible.



*Figura 14.* Río de Markachaca (al fondo) y Río Kana (derecha).  
Por M. Enriquez. 2014

##### 4.4.2.2 *Camino Ancestral Levita – Taype (Pacu Pacu)*

Conocido como camino Markan Chaka, se evidencia su antigüedad por el tipo de construcción del puente a base de gigantescas piedras y camino a base de graderíos que según refieren los antiguos pobladores conocedores de la comunidad data desde épocas incaicas que antiguamente recorrían por esta zona para llegar a Pitumarka.

#### 4.5 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA COMUNIDAD DE TAYPE

##### 4.5.1 Ubicación Geográfica

La comunidad de Taype está ubicado al noreste del pueblo de Ayapata, con las coordenadas siguientes: latitud sur 13° 50' 30'' y longitud oeste 70° 16' 30'' del meridiano de Greenwich. Localización UTM son las siguientes; Este: a 357210 y Norte: a 8476950. A 3500 m.s.n.m. Situada en la vertiente oriental de la cordillera de los andes, a 306 Km. De distancia de la capital del departamento de Puno.

#### 4.5.2 Extensión y Altura

La comunidad de Taype tiene una extensión de 9,550 has., y sus principales sectores son: Taype central, Pacupacu y Ccochahuma.

La comunidad de Taype está a una altura de 3500 m.s.n.m. El cual, varía a lo largo y ancho de su territorio, ya que podemos encontrar cerros de gran altura y partes bajas, donde se encuentra la población.

#### 4.5.3 Clima

La comunidad de Taype tiene un clima variado, el tiempo es frígido con humedad, lluvias y neblinas, también presenta un viento helado y neblina abundante que dura antes de entrar a la primavera y pasando verano.

Se presentan tres variedades de clima; lo que es la sierra es frígido, en la cabecera de las montañas es templado y en las montañas es cálido con lluvias torrenciales en verano esta variedad de clima se presenta anualmente.

#### 4.5.4 Acceso

**Carretera de Ayapata - Taype:** es una carretera que conduce desde la capital del distrito hasta el sector Ccochahuma, otro camino que facilita el acceso desde la Comunidad de Kana es Camino de herradura Kana – Pacupacu – Taype hasta el complejo arqueológico de Pitumarka.

#### 4.5.5 Antecedentes Históricos de la Comunidad

##### 4.5.5.1 Derivación Etimológica

La determinación de la toponimia es: “Taype” etimológicamente la palabra Taype proviene del termino aymara taypikala, que significa (taypi = centro y kala = piedra) un lugar sagrado. (*R.Aguirre Bianchi: Evolución del mundo andino. Chile*)

##### 4.5.5.2 Creación

La comunidad de Taype fue reconocida como comunidad campesina el 08 de noviembre de 1974, bajo la resolución suprema N° 134-74.

#### 4.5.6 Población

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, en el censo de la población y vivienda del año 2007 la población de la comunidad de Taype es de 996 habitantes.

#### **4.5.7 Situación de los Servicios de Educación**

La comunidad de Taype cuenta con instituciones educativas en sus tres niveles, inicial, primaria y secundaria: 03 PAANEEI<sub>s</sub> (Programas no escolarizados de educación inicial), 02 instituciones educativas primarias y 01 institución educativa secundaria.

#### **4.5.8 Situación de los Servicios de Salud**

Dentro del ámbito del centro poblado de Taype, se cuenta con un puesto de salud que actualmente cuenta con una construcción moderna, equipamiento básico y personal especializado de enfermería.

#### **4.5.9 Situación de los Servicios de Saneamiento**

La población de Taype en 90% cuenta con los servicios básicos Agua potable y/o piletas, Sistema de desagüe y/o letrinas y Electricidad (luz) de la central hidroeléctrica de San Gabán abastece fluido eléctrico a todo el distrito de Ayapata.

#### **4.5.10 Aspectos Socio-Culturales**

##### ***4.5.10.1 Organización Comunal***

Las comunidades son instituciones conformadas por familias que se organizan bajo determinadas normas y parámetros sociales y culturales. Tienen un alcalde menor, junta directiva, organización de rondas campesinas, etc.

Esta comunidad principalmente existen programas sociales; y se han conformado al interior de ellas organizaciones como los clubes de madres, organización del vaso de leche y muchas otras, antes realizaban trabajos comunales, faenas, Minka y el Ayni.

##### ***4.5.10.2 Idioma***

La población tiene como lengua materna el quechua, que es hablado principalmente por personas adultas y las mujeres. Así mismo el idioma castellano es utilizado complementariamente.

##### ***4.5.10.3 Religión***

Católico y Adventista; referente al culto católico se tienen dos iglesias en la comunidad de Taype. Donde solamente asisten en ocasiones a las misas, esto cuando se solicita con motivos de fiestas.

##### ***4.5.10.4 Indumentaria Típica del Poblador de Taype***

Aproximadamente ubicándonos entre el espacio y tiempo cronológico, hace más de 70 años se utilizaba la vestimenta típica de la comunidad, que eran elaborados por los mismos pobladores, mayormente de lana de oveja y alpaca: pollera Phullo, pantalón,

poncho, chullo, etc., en la actualidad la vestimenta típica de bayeta no es utilizado a causa de las nuevas tendencias de los habitantes que prefieren la ropa sintética de moda. Por otro lado el uso del atado por parte de las mujeres se da en manifiesto, cuando acuden a las ferias y reuniones. Las llicllas que llevan atadas a las espaldas son de manufactura cacera o compradas de lanas sintéticas u ovinos de multicolores.

#### **4.5.11 Alimentación**

Los alimentos fundamentales y de mayor consumo que componen la dieta alimentaría son una parte productos de autoconsumo y otra parte comprado, y son: chuño, papa, carne (aves, alpaca y animales menores). Y de las ferias compran otros productos como: las verduras en general, arroz, azúcar, fideos, panes y algunas frutas principalmente que son consumidas durante la semana; tanto kerosene, sal, aceite, de acuerdo a las economías de cada familia.

#### **4.5.12 Actividad Económica**

La agricultura es principal actividad económica, los cultivos más predominantes son: la papa dulce,(más de un centenar de variedades), papas amargas, habas, tarwi, Maíz, Papa lisa, izaño, etc. El cultivo no es en grandes extensiones, generalmente es para el consumo familiar, aplicando la tecnología artesanal por el empleo de herramientas como: Chaquitacla (Wiri), arado de palo, rauc'ana, el qituchi, la maruna y la wanka, abono orgánico. No existe maquinaria agrícola.

Horticultura y floricultura; las hortalizas se cultivan en pequeñas áreas, solo para el auto consumo, donde se puede producir cebolla, lechuga, zanahoria, coliflor, repollo, perejil, culantro, apio, acelga, rabanito, y otros

Mientras que la actividad pecuaria se basa en la crianza de vacunos criollos de doble propósito (carne y leche), ovinos de doble propósito (carne y lana), alpacas de doble propósito (carne y fibra), llamas (carne y fibra); a ello se adiciona la crianza de aves (gallinas), animales menores (cuyes) y para carga caballos y mulas. En cuanto a la actividad piscícola viene tomando fuerza por los recursos acuáticos que existen, vienen criando truchas en la laguna de Taype y hay perspectivas de crecer posteriormente.

Respecto a la artesanía es para abastecimiento familiar realizan textiles en plano: las mujeres tejen las llicllas o q'epiñas, chumpis, frazadas gruesas, phullu, poncho, unkuña, costal, talegas, ch'uspa, etc.

#### **4.5.12.1 Minería**

Ayapata es la principal proveedora de mano de obra para desarrollar la minería en Muk'umayo, La minería está constituyéndose como la primera actividad más importante del distrito, ya que genera más fuentes de trabajo para los pobladores, como cargadores (q'epiris) y jornaleros en las minas y arrieros. Los pobladores de Taype en su mayoría se dedican a la actividad minera.

#### **4.5.12.2 Turismo**

La comunidad de Taype en el sector Ccochahuma la integran 30 familias que realizan y se están capacitando para el desarrollo del turismo rural-vivencial, las cuales están organizadas al formar una asociación de Turismo Rural Q'ñoqota

La comunidad de Taype en el sector Ccochahuma, que se encuentra a una distancia de 12 km. de la carretera principal, existe un camino antiguo que pasando por las lagunas de Taype y Q'ñoqota llega tras dos horas de caminata, a la Apacheta de Mosq'one que separa las cuencas de los ríos Ayapata y Ollachea. En el abra comienza el descenso al distrito de Ollachea, el camino pasa cerca del complejo arqueológico de Pitumarka, por encima de la hermosa laguna de color esmeralda Allpiqota. La comunidad cuenta además con muchos lugares con pinturas rupestres, generalmente ubicadas cerca de las lagunas altoandinas.

En si existen dos proyectos turísticos que se están desarrollando en la provincia de Carabaya, incluyendo al distrito de Ayapata y la comunidad de Taype, dentro de los objetivos que tienen enmarcados se considera las capacitaciones de sensibilización turística dentro de la comunidad, ya que en Taype se concentran la mayoría de los recursos de interés turísticos. Con el proyecto denominado: *Desarrollo del Producto Turístico en la Provincia de Carabaya: Macusani - Ayapata - Ollachea y Corani*, con "ASDETUR" una asociación de turismo rural, formado hace 8 años con la finalidad de desarrollar la actividad turística en la comunidad. Actualmente la asociación y la comunidad vienen recibiendo capacitaciones en cuando al turismo. Pero aún no ofrecen servicios de hospedaje y alimentación.

### **4.6 RECURSOS TURÍSTICOS**

#### **4.6.1 Recursos Turísticos Culturales**

##### **4.6.1.1 Ritos**

En la comunidad de Taype la práctica de los ritos se realizan para el bienestar de la familia, cuando construyen casas o instalan un comercio o cualquier otra actividad

económica. Para conseguir los objetivos que tiene la costumbre con una fe única. Estos ritos los realizan personas llamadas “Sirviq” que son de más edad casi siempre o persona culta de valores andinos.

**El Ch’uru ch’allay:** Viene a ser el aniversario del ganado vacuno, que se le festeja por las bondades que brinda y por la fertilidad de la próxima campaña. En esta ocasión hacen señales en la oreja y luego adornan sus astas con serpentinas (pilluchiy), en seguida ch’allan con vino y alcohol en un espondilu (ch’uru).

**Pago a la pachamama:** El servichicuy consiste en hacer un ritual de pago a la tierra, es muy difundido en la comunidad. Las fechas de más aceptación para los pagos son a partir del mes de mayo, pero de más preferencia en el mes de Agosto, 25 de Diciembre y primero de Enero de cada año

**El malliy:** Es una costumbre donde el alferado (malliy alférez) selecciona las papas traídas por los vecinos, colocando las más grandes sobre una mesa hasta las 8 de la mañana del día siguiente, son adornadas con serpentina y flores (rosa, punki y nujch’u), mientras que la otra parte de papas es colocado en un rincón de la casa, adornado también con serpentinas, flores y con una vela.

**Faenas:** Es la organización colectiva del trabajo de interés colectivo de las comunidades, barrios y otros. Se agrupan con el objeto de trabajar una determinada obra, funciona en la construcción de algunos locales comunales, arreglo de caminos, faenas agrícolas y pecuarias.

**La mink’a:** Viene a ser un sistema de labranza (chajneo o chajmay) para el cultivo de las papas, se puede tipificar de alegre y muy festivo, se hace en el nivel familiar y comunal.

#### **4.6.1.2 Fiestas / danzas**

En cuanto a las danzas destacan los chunchos de esquilaya, pukllay y los wifalas que se encuentra en extinción, esta danza anteriormente lo bailaban puro hombres quienes se disfrazaban de mujeres.

Tabla 4.  
Calendario festivo de Taype

MES	FECHA	FIESTA	DESCRIPCION	DURACION
<b>ENERO</b>	1	Año nuevo	Ritual del pago a la pachamama.	1
<b>FEBRERO</b>	2	Fiesta de la virgen de la candelaria	Carrera de caballos y presentación de danzas con trajes típicos.	3
	Movible	Carnavales / phuqllay	El malliy que consiste en agasajo de sus productos agrícolas y ganaderos.	Una semana
<b>MAYO</b>	3	Fiesta de las cruces	Fiesta con corrida de toros, pandillas, entrada de caballos y danza de huifalas.	5 días
<b>JUNIO</b>	<b>24</b>	<b>Día del campesino</b>	<b>Celebración con concurso de danzas autóctonas en el complejo arqueológico de Pitumarka.</b>	<b>1 día</b>
<b>JULIO</b>	28	Fiestas patrias “aniversario nacional”.	Con desfiles escolares, autoridades y comuneros en general.	2 días
<b>AGOSTO</b>	1	Pago a la santa tierra “pachamama”		1 día
	6	Fiesta en honor al patrón San Salvador.	Misa, procesión del patrón, Corrida de toros, pandilla, danza wifalas; feria comercial.	5 días
<b>NOVIEMBRE</b>	01	Todos los santos		2 días
<b>DICIEMBRE</b>	25	Fiestas navideñas	Confraternidad deportiva, fogatas bailables.	Día

*Nota:* Tradiciones y costumbres en diversas fiestas y eventos programados anualmente. Por M. Enriquez. 2014

#### 4.6.1.3 Gastronomía.

El distrito de Ayapata y la comunidad de Taype es realmente privilegiada por tener una gama de recursos gastronómicos o denominados platos típicos, las cuales pueden ser bien aprovechados y generar recursos económicos a los pobladores de la zona, las mismas que están preparadas a base de recursos naturales de alto valor nutricional propios de la zona como son básicamente, la trucha, el cuy, carne, etc., Tubérculos (papa, oca, isaño, papalisa, tarwi, maíz, chuño, etc.) y productos tropicales que son rica fuente de macro y micronutrientes como carbohidratos, grasa, proteínas, fibra, minerales, muy necesarios para una buena nutrición.

#### **4.6.1.4 Arqueología**

##### **4.6.1.4.1 Complejo Arqueológico de Pitumarka**

Las ruinas de Pitumarka una de las fortalezas guerreras de los primeros pobladores de Ayapata a la cual se llega a pie por un camino de herradura desde Taype Ccochauma en un promedio de una hora.

Ubicado en la comunidad de Taype sector Ccochahuma, se halla en la cima de un pequeño cerro a 4009 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0351046 y WGS Norte (m) 8469610 a los pies del nevado Allinccapac. El área que comprende de una hectárea aprox. Es el sitio arqueológico más impresionante por la belleza paisajística. Este asentamiento de la época pre-inca está ubicado en un promontorio rocoso, sobre la laguna Allpiqota, está constituido por tres partes, las cuales se han podido identificar hasta hoy, estas están ubicadas en diferentes colinas las cuales son Pitumarka, Tijani y Pucara. Y otra colina más pequeña de nombre Chaclara. Así mismo consta de arquitectura urbana, con pasadizos que recorren el complejo y algunas zonas de cultivo que hacen de pequeñas terrazas agrícolas, por su posición estratégica este lugar sirvió como una fortaleza defensiva para repeler ataques de los enemigos y para aglutinar a un grupo bajo las órdenes de un jefe. En la parte media superior del complejo arqueológico de Pitumarka podemos encontrar la mesa ceremonial de piedra que mide de 1.50m a 2m aproximadamente de diámetro, donde se realizaban ritos ceremoniales de carácter simbólico y ritual. Actualmente se utiliza con los mismos fines.

Tomando en cuenta el carácter defensivo de Pitumarka, es probable que el sitio fuera establecido durante el periodo intermedio tardío, es decir entre los siglos XII y XIV d.c. una época de gran inestabilidad y de conflictos locales, intra e interregionales a lo largo de los andes peruano-bolivianos.

Este complejo arqueológico abarca prácticamente toda la superficie del promontorio y zonas aledañas a la laguna Allpiqota. Desde la parte superior de este complejo arqueológico se puede observar un paisaje extraordinario, ya que podemos observar varias lagunas.

Pitumarka fue declarado como Patrimonio Cultural De La Nación por la dirección nacional de cultura con la Resolución Directoral Nacional n° 663/INC-LIMA, 17 DE JUNIO DEL 2001.



*Figura 15.* Sitio Arqueológico de Pitumarka. Por M. Enriquez. 2014

#### **4.6.1.4.2 Chullpawasi**

Ubicado en la comunidad de Taype sector Ccochahuma, a una altura de 4015 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0354541 y WGS Norte (m) 8470686. Chullpawasi significa la casa de las momias, esta chullpa se encuentra en la ladera al lado derecho de la laguna Ccomerqocha, Está situada en el interior de una cueva formada por una roca de gran tamaño, la chullpa está construida a base de piedra pircada y revestida con barro blanco, presenta una forma cuadrada y en uno de los lados se ubica la puerta. En el interior de la chullpa se puede encontrar restos humanos, fragmentos de cerámica e incluso collares elaborados a base de animales marinos como el caracol. Estas chullpas fueron huaqueadas por personas inescrupulosas, dejando solo pequeños fragmentos de cerámica y huesos. Así mismo en las paredes de la cueva se pueden observar dos paneles de pinturas rupestres con pigmentaciones de color rojo y naranja, presentan diversas formas como: zoomorfas y amorfas. Estas pinturas se encuentran en estado de deterioro, debido a su antigüedad.

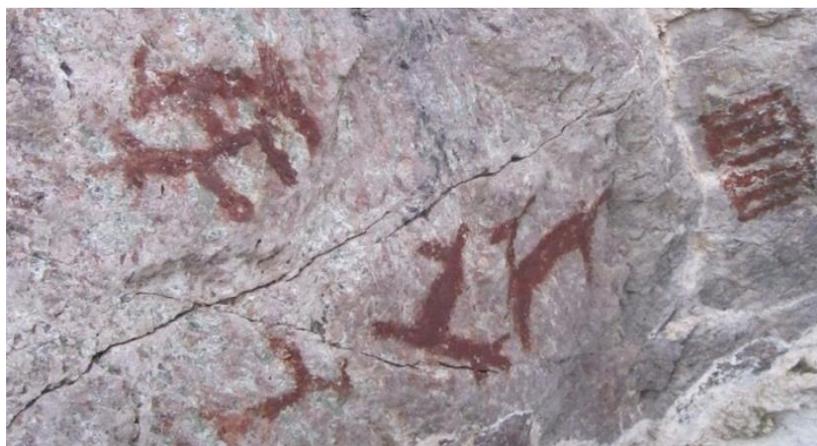


*Figura 16.* Chullpawasi.  
Por M. Enriquez. 2014

#### **4.6.1.4.3 Pinturas Rupestres de Ccochahuma**

Las pinturas rupestres se ubican en el trayecto de la comunidad de Taype sector Ccochahuma. Se presume que tiene una antigüedad de 7,500 años. En estos paneles generalmente se pueden observar representaciones graficas de antropomorfos, zoomorfos y muchas figuras abstractas, difíciles de identificar, ya que muchos de ellos se encuentran en estado de deterioro por la antigüedad y efectos de la naturaleza. Algunas de las escenas representan a las costumbres de vida que llevaron los hombres en esa época, escenas de pastoreo, domesticación, caza, etc.

Para poder observar estas pinturas rupestres tenemos que realizar una caminata, por un camino de herradura, durante el trayecto además de las pinturas rupestres se observan también las hermosas lagunas que se ubican al pie de los nevados del Allinccapac y Chichiccapac.



*Figura 17.* Pinturas rupestres de Ccochahuma.  
Por M. Enriquez. 2014

### **4.6.2 Recursos Turísticos Naturales**

#### **4.6.2.1 Laguna Taypeccocho**

Ubicado en la comunidad de Taype, tiene una extensión de una hectárea aprox. a una altura de 3680 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0355711, WGS Norte (m) 8472386.

Tiene una temperatura de 5° centígrados. En los alrededores existen abundante flora y fauna en los alrededores de esta laguna se realiza más agricultura y ganadería ya que esta laguna está muy cerca a comunidades.

Esta laguna tiene su origen mítico ya que según los pobladores del lugar se sabe que la laguna tiene un origen mítico ya que antiguamente fue un pequeño pueblo que se convirtió en laguna esto por la crueldad de los pobladores que no supieron tratar a un pobre

longevo y como castigo toda la gente que habitaba en el pueblo se hundieron y desaparecieron en la laguna. Es por eso que en la parte superior de la laguna se encuentran formaciones rocosas en forma de personas que están huyendo de la inundación del pueblo.



*Figura 18.* Vista Panorámica de la Laguna de Taype.  
Por M. Enriquez. 2014

#### **4.6.2.2 Laguna de Q'añoqota**

Importante laguna por su bello paisaje está Ubicada en la comunidad de Taype sector Ccochahuma, a una altura de 3890 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0355812 y WGS Norte (m) 8471210. Esta es una de las lagunas más hermosas ubicada al pie del complejo arqueológico de Pitumarka, la particularidad que la distingue de las demás laguna es que en medio se encuentra una pequeña isla de nombre Qentayani. Esta pequeña isla tiene la forma de un camélido de carácter natural, cuya forma se puede observar de mejor manera desde el complejo arqueológico de Pitumarka. Es de formación volcánica, se presume que esta isla fue un fortín guerrero, en la parte central existe una cueva a manera de museo subterráneo donde se encuentran momias, cerámicas y tejidos correspondientes a la época de las confederaciones regionales hace 1000 años aprox. esto hace suponer que corresponde a un estadio anterior a la conquista inca, se hace esta aseveración por la cerámica asociada a estos restos óseos. Por otro lado los historiadores determinan que este lugar habría sido un sitio estratégico de resistencia para llevar las últimas batallas por parte de los pobladores de esa época.

Para acceder a esta isla se tiene que abordar una pequeña embarcación artesanal, cuyo trayecto es de 15 min. Por otro lado en la isla se tiene la presencia de abundante fauna y flora silvestre



*Figura 19.* Vista panorámica de la laguna de Q'añoqota desde Pitumarka.  
Por M. Enriquez. 2014.

#### **4.6.2.3 Laguna de Allpiccota**

Esta interesante laguna está ubicada al norte de la comunidad de Taype sector Ccochahuma al pie del complejo arqueológico de Pitumarka, a una altura 3990 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0355797 y WGS Norte (m) 8469896. Es una de las más impactantes debido al color turquesa, está rodeada por acantilados verticales y solo abierta por el lado norte, el paisaje que se observa es insuperable.

En los alrededores de esta laguna también se encuentran construcciones de piedras o pircadas con barro que forman parte del complejo arqueológico de Pitumarka, actualmente la mayoría de ellas están desprendidas que en su interior de estas pircas se observa restos de coprolito de vaca y pasto seco, en el lado izquierdo de la laguna se puede observar cerros rocosos muy empinados, mientras que en el lado derecho encontramos lomas y cabañas de algunos pobladores que se establecen en la zona eventualmente. En la zona existe también abundante flora y fauna, recomendable para realizar actividades de pesca y observación de aves.

Así mismo los pobladores de la comunidad realizan actividades como la ganadería, agricultura, pesca artesanal debido a la gran cantidad de truchas que hay en esta laguna.



Figura 20. Vista panorámica de la laguna Allpiccota.  
Por M. Enriquez. 2014

#### 4.6.2.4 *Laguna Anilccochoa*

Es otra de las lagunas que ofrece Taype, Ubicado al noroeste de la comunidad de Taype sector Ccochahuma denominado Anilqocha, a una altura de 4031 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0354547 y WGS Norte (m) 8470442. Situada en las faldas de un cerros formado por fragmentaciones rocosas. Tiene una temperatura de 3° centígrados, el agua es cristalina, en la profundidad de la laguna existe una variedad de flora, En la zona principalmente se pueden encontrar variedad de aves como: huallatas, q'uellua, alcamari, ajolla, priijilus, etc. Flora y fauna variada.

Hacia el norte de la laguna existe un lugar denominado “incaychu”, donde se realizan rituales para el ganado. Podemos encontrar pequeñas formaciones rocosas que representan al ganado vacuno. Estos rituales se realizan con la finalidad de tener abundancia en el ganado.



Figura 21. Vista Panorámica Laguna Anilccochoa.  
Por M. Enriquez. 2014

#### 4.6.2.5 Laguna Q´omerccocho

Ubicado al noroeste de la comunidad de Taype sector Ccochahuma. A una altura de 3874 m.s.n.m. en las coordenadas UTM Este (m) 0354159 y WGS Norte (m) 8470386. Presenta una forma alargada, de color verde, esta laguna está rodeada por una cadena de cerros muy cerca al nevado Allinccapac, es alimentada por ríos que son formados por los deshielos del nevado, tiene una temperatura de 5° centígrados, en las orillas existe una variedad de fragmentos de roca, algunos de estos son aleros con pinturas rupestres de diferentes formas y colores. Existe en la zona abundante flora y fauna y los pobladores del lugar practican la pesca artesanal.



*Figura 22. Vista Panorámica Laguna de Q´omerccocho.*  
Por M. Enriquez. 2014.

## CAPÍTULO V

### 5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

#### 5.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS COMUNIDAD DE KANA.

*Tabla 5*  
*Genero de la población encuestada*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Masculino	11	55,0	55,0	55,0
	Femenino	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

De los encuestados el 55% son de sexo masculino y el 45% son de sexo femenino para el análisis de los resultados de la investigación.

*Tabla 6.*  
*Edad de la población*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	de 18 a 30	7	35,0	35,0	35,0
	De 30 a 40	7	35,0	35,0	70,0
	De 40 a 50	5	25,0	25,0	95,0
	De 50 a más	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Se halló como resultados que el 35% de los encuestados tienen edad entre 18 a 30 años y 30 a 40 años de manera similar, para el análisis de los resultados de la investigación.

Tabla 7  
Ocupación de la población

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Emprendedor rural	5	25,0	25,0	25,0
	Minería	2	10,0	10,0	35,0
	Agricultor	4	20,0	20,0	55,0
	Otros	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

De los encuestados el 45% realizan otras actividades económicas que hace referencia al comercio que principalmente se desarrolla gracias a la actividad minera; mientras que el 25% son emprendedores rurales o familias que están ingresando a nuevas actividades como es el turismo y el cultivo de café en la selva de Esquilaya con un doble propósito el de exportación y agroturismo, mientras que el 10% se dedican a la actividad minera principalmente la población joven y finalmente la agricultura con un 4% que fue desplazada por la minería.

Tabla 8  
Sabe Ud. Qué es turismo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Si	4	20,0	20,0	20,0
	Poco	16	80,0	80,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

De los encuestados el 80% conoce poco la actividad del turismo debiéndose sensibilizar sobre esta actividad a la población local, mientras que el 20% indica conocer bien esta actividad gracias a los trabajos de promoción turística que realizan las entidades públicas locales, resultado de ello existe conciencia sobre las bondades turísticas que tiene su comunidad por su historia, cultura y naturaleza.

Tabla 9

¿Qué es el emprendimiento de turismo rural para usted?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Crea puestos de trabajo para la comunidad	2	10,0	10,0	10,0
	Ayuda a recuperar nuestras costumbres y tradiciones	16	80,0	80,0	90,0
	Incide en cambios de las costumbres y tradiciones de la comunidad	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

La población encuestada en un 80% relaciona la actividad de emprendimiento del turismo rural con la recuperación de nuestras costumbres y tradiciones, mientras que el 10% relaciona con la creación de puestos de trabajo, siendo el mismo porcentaje los que opinan que esta actividad incide en cambios de las costumbres y tradiciones de la comunidad. Esto indica que los pobladores en su mayoría tienen un acertado y positivo concepto del turismo rural que hoy en día es aún incipiente por lo tanto no se mide la afluencia de visitantes a esta zona.

Tabla 10

¿Qué beneficios considera que trae los emprendimientos de turismo rural a su comunidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Beneficios Económicos	16	80,0	80,0	80,0
	Beneficios culturales	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

Los pobladores consideran que el turismo genera beneficios económicos en 80%, mientras que el 20% indica que el turismo aporta beneficios culturales siendo este resultado un indicador positivo para desarrollar el turismo en la comunidad.

*Tabla 11*

*¿Usted cree que, para el desarrollo de los emprendimientos del turismo rural en su comunidad, la conservación de los recursos naturales y culturales es?:*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Muy importante	9	45,0	45,0	45,0
	Importante	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

La presente tabla nos muestra que el 45% de encuestados consideran que la conservación de recursos naturales y culturales es importante, el 55% considera importante. Este resultado hace entender que el turismo promueve la conservación de los recursos naturales y culturales lo cual garantiza que los pobladores serian buenos aliados para promover el turismo de manera sostenible.

*Tabla 12*

*¿Qué actividades cree que se deben realizar en su comunidad para el emprendimiento del turismo rural?:*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Agroturismo	16	80,0	80,0	80,0
	Pesca	2	10,0	10,0	90,0
	Caminata	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Según los resultados mostrados en la tabla, las actividades que se pueden desarrollar en la comunidad de Kana para el turismo rural son principalmente el Agroturismo en 80% referido la convivencia durante los sembríos y reconocimientos de especies nativas agrícolas, seguido de pesca y caminata con el 10% cada uno.

Tabla 13

*¿Estaría dispuesto a trabajar en un negocio relacionado al turismo, como: alojamiento, restaurante?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Muy dispuesto	4	20,0	20,0	20,0
	Dispuesto	10	50,0	50,0	70,0
	Poco dispuesto	3	15,0	15,0	85,0
	No sabe	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Los encuestados en la comunidad de Kana respondieron que están dispuestos a trabajar en un negocio relacionado al turismo rural como restaurante o alojamiento en 50% y un 20% está muy dispuesto lo cual es un resultado favorable para la promoción de los emprendimientos de turismo en esta zona.

Tabla 14

*¿Qué medios de información promocional conoce usted sobre su comunidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Folletos	7	35,0	35,0	35,0
	Revistas	12	60,0	60,0	95,0
	No sabe, no opina	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Los medios de información promocional que conocen los encuestados en su comunidad son principalmente revistas en 60%, seguido de folletos 35%; este tipo de información es publicado por personajes de la zona y municipios locales quienes se interesan en difundir la cultura de Ayapata. Este resultado nos muestra la necesidad de identificar otros medios globales como el internet como medio de información promocional de la comunidad.

Tabla 15

*Conoce usted si se realizó algún evento de promoción turística en su comunidad.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Si	16	80,0	80,0	80,0
	No	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Respecto a la pregunta si conoce algún evento de promoción turística en su comunidad respondieron que si el 80% mientras que el 20% indicaron que no conoce. Esta afirmación mayoritaria nos permite identificar a los actores que promueven la promoción turística lo cual permitirá fortalecer estas acciones.

Tabla 16

*Qué tipo de eventos se realizó en favor de los emprendimientos rurales para el turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Ferias Turísticas	13	65,0	65,0	65,0
	Encuentros turísticos	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

La población responde que se desarrollaron principalmente ferias turística distritales como: exposición de platos típicos, exposición de artesanías y otros, representado por el 65%. Mientras que el 35% indica que se realizaron encuentros turísticos haciendo referencia a los concursos de danza distrital y a las visitas que realizan las instituciones como DIRCETUR para promover capacitaciones. Cabe mencionar que existe la necesidad de fortalecimiento de estos eventos e implementación de nuevas acciones estratégicas en favor del turismo rural.

## 5.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS COMUNIDAD DE TAYPE.

Tabla 17  
Género de la población encuestada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Masculino	17	56,7	56,7	56,7
	Femenino	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

De los encuestados en la comunidad de Taype el 56.7% son de sexo masculino y el 43,3% son de sexo femenino para el análisis de los resultados de la investigación.

Tabla 18  
Edad de la población

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	de 18 a 30	6	20,0	20,0	20,0
	De 30 a 40	4	13,3	13,3	33,3
	De 40 a 50	12	40,0	40,0	73,3
	De 50 a más	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

Se halló como resultados que el 40% de los encuestados tienen edad entre 40 a 50 años, 26,7% de 50 años a más, mientras que el 20% entre 18 a 30 años de edad para el análisis de los resultados de la investigación.

Tabla 19  
Ocupación de la población

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Ganadero	5	16,7	16,7	16,7
	Emprendedor rural	1	3,3	3,3	20,0
	Minería	3	10,0	10,0	30,0
	Agricultor	17	56,7	56,7	86,7
	Otros	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

De los encuestados el 56,7% son agricultores, 16,7% ganaderos, 13% se dedican a otras actividades como el comercio, 10% a la actividad minera, mientras los emprendedores rurales representan tan solo el 3,3% esto hace referencia a las personas que vienen realizando actividades orientados al turismo como es la implementación de botes de paseo en laguna de Q'añocota, asociaciones de turismo que vienen mejorando sus casas para recibir visitantes en la comunidad de Ccochauma entre otras actividades con tal enfoque. Este resultado es un indicador del pleno interés por el turismo y existencia de recursos potenciales para su promoción.

Tabla 20  
¿Sabe Ud. que es el turismo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Si	7	23,3	23,3	23,3
	Poco	20	66,7	66,7	90,0
	No	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

De los encuestados el 66,7% conoce un poco de la actividad del turismo, el 23% si conoce bien, mientras que el 10% no conoce debiéndose sensibilizar sobre esta actividad a la población local a través de capacitaciones promovidos entidades correspondientes como es la Municipalidad Distrital y DIRCETUR.

Tabla 21

¿Qué es el emprendimiento de turismo rural para Ud.?

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Es una actividad que trae inversión	9	30,0	30,0	30,0
	Crea puestos de trabajo para la comunidad	16	53,3	53,3	83,3
	Ayuda a recuperar nuestras costumbres y tradiciones	5	16,7	16,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia 2014

La población encuestada responde que el emprendimiento de turismo rural es una actividad que crea puestos de trabajo representado por 53.3%, el 30% relaciona el turismo que es una actividad que trae inversión, mientras que el 16.7% indica que el turismo es una actividad que ayuda a recuperar nuestras costumbres y tradiciones. Este resultado es favorable para la promoción de emprendimientos en esta zona.

Tabla 22

¿Qué beneficios considera que trae los emprendimientos del turismo rural a su comunidad?

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	<i>Beneficios Económicos</i>	20	66,7	66,7	66,7
	<i>Beneficios Sociales</i>	5	16,7	16,7	83,3
	<i>Beneficios culturales</i>	2	6,7	6,7	90,0
	<i>Intercambio de experiencias</i>	2	6,7	6,7	96,7
	<i>Otros</i>	1	3,3	3,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia 2014

El presente cuadro muestra que el 66.7% de la población considera que el turismo genera beneficios económicos, 20% y el otro porcentaje en segundo orden de importancia es son los que consideran que genera beneficios sociales 16.7% siendo este un indicador positivo para desarrollar el turismo en la comunidad.

Tabla 23

¿Usted cree que, para el desarrollo de los emprendimientos del turismo rural en su comunidad, la conservación de los recursos naturales y culturales es?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Muy importante	22	73,3	73,3	73,3
	Importante	6	20,0	20,0	93,3
	Poco importante	1	3,3	3,3	96,7
	No sabe	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

El cuadro muestra que el 73% de la población encuestada considera que la conservación de recursos naturales y culturales son muy importantes para el desarrollo del turismo rural, mientras que el 20% considera importante, por lo tanto podría considerarse que la población local sería un aliado importante para desarrollar el turismo de forma sostenible.

Tabla 24

¿Qué actividades cree que se deben realizar en su comunidad para el emprendimiento del turismo rural?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Agroturismo	22	73,3	73,3	73,3
	Cabalgata	1	3,3	3,3	76,7
	Pesca	2	6,7	6,7	83,3
	Deportes de aventura	1	3,3	3,3	86,7
	Caminata	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia 2014

Las actividades que se pueden desarrollar con el turismo rural en la comunidad son principalmente agroturismo 73.3%, seguido por caminatas 13.3%, pesca 6.7%. Este resultado demuestra que la comunidad considera contar con recursos y bondades para ofrecer estas actividades que además de tener alta demanda serían los únicos en el mercado por la escasa oferta de este tipo de actividades en el altiplano peruano.

Tabla 25

*¿Estaría dispuesto a trabajar en un negocio relacionado al turismo, como: alojamiento, restaurante?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Muy dispuesto	14	46,7	46,7	46,7
	Dispuesto	10	33,3	33,3	80,0
	Poco dispuesto	3	10,0	10,0	90,0
	No está dispuesto	1	3,3	3,3	93,3
	No sabe	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Del 100% de la población encuestada el 46.7% responde estar muy dispuesto a trabajar en negocios relacionados al turismo, 33.3% está dispuesto. Este resultado representa un panorama favorable para promover emprendimientos en turismo rural con la participación de los actores de la cadena productiva del turismo en la comunidad.

Tabla 26

*¿Qué medios de información promocional conoce usted sobre su comunidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Folletos	18	60,0	60,0	60,0
	Revistas	4	13,3	13,3	73,3
	Boletines	1	3,3	3,3	76,7
	Página Web	2	6,7	6,7	83,3
	No sabe, no opina	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

Respecto a los medios de información promocional que conocen en su comunidad son folletos que representa el 60%, el 16.7% no sabe no opina al respecto, mientras que el 13% indica conocer revistas los cuales son editados por personajes importantes y municipio distrital quienes se interesan por dar a conocer la cultura de la comunidad y el distrito en general. Según este resultado se afirma que existe la necesidad de utilizar medios de información actuales y masivos como es internet, pasantías, Fam Trip, etc.

Tabla 27

*Conoce usted si se realizó algún evento de promoción turística en su comunidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Si	26	86,7	86,7	86,7
	No	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

En referencia a eventos realizados específicamente para la promoción turística en la comunidad los pobladores manifiestan que si conocen eventos que se realizaron representado por el 86.7% siendo este porcentaje un indicador sobre la existencia de eventos promocionales de turismo en la comunidad lo cual permite identificar a los organizadores para su posterior planteamiento para el fortalecimiento del mismo a través de acciones estratégicas.

Tabla 28

*Qué tipo de eventos se realizó en favor de los emprendimientos rurales para el turismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Ferias Turísticas	16	53,3	53,3	53,3
	Viajes de Familiarización	1	3,3	3,3	56,7
	Encuentros turísticos	11	36,7	36,7	93,3
	Seminarios	1	3,3	3,3	96,7
	Works Shops	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia 2014

La presente tabla nos muestra que el 53.3% de la población encuestada manifiestan que se realizaron ferias turísticas en favor de los emprendimientos rurales para el turismo que consiste en exposición de productos nativos, platos típicos y artesanía; mientras que el 36.7% indica que se realizaron encuentros turísticos haciendo referencia al concurso de danzas que se realiza en el complejo arqueológico de Pitumarka y las pasantías y viajes de familiarización que realizaron de DIRCETUR.

## CAPÍTULO VI

### **6 PROPUESTA DEL PRODUCTO TURÍSTICO RURAL Y ORGANIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA PARA SU PROMOCIÓN**

#### **6.1 PROPUESTA DE ACTIVIDADES A DESARROLLARSE EN LA RUTA TURÍSTICA QUE ABARCA LAS COMUNIDADES DE KANA Y TAYPE.**

##### **6.1.1 Cabalgata**

La propuesta se concentra en promover principalmente estancias a partir de rutas a caballo para los turistas debido a la existencia de caballos en la zona que pueden ser aprovechados a través del turismo. El recorrido desde la localidad de Kana (piscigranja chullupampa) haciendo la ruta de Markanchaca un camino ancestral, hasta el Complejo Arqueológico de Pitumarka que será un disfrute único para el visitante que permitirá la convivencia con la naturaleza.

##### **6.1.2 Práctica de la Pesca sostenible**

La trucha es una especie que abunda en los ríos y lagunas de estas comunidades, Rio Kana, Rio Taype, Laguna Taypecocha, laguna Qañoqota; es posible aprovechar este recurso para propiciar la pesca como actividad que involucre al turista, para conservar la Fauna; se podría utilizar la modalidad de Pesca sostenible “Atrapar y Soltar” cuando sea posible, para la conservación de las especies.

##### **6.1.3 Caminata**

Caminata es una actividad muy preferida por los turistas, según la propuesta la caminata se realizará desde la comunidad de Ccochahuma al complejo arqueológico de Pitumarka para conocer las construcciones pre incas, disfrute de la naturaleza, observación de lagunas para luego retornar hasta a Ccochahuma.

#### 6.1.4 Paseo en bote: Laguna de Qañoqota

El paseo en bote se puede realizar en la laguna de Qañoqota cerca al centro arqueológico de Pitumarka. El bote es un tipo de canoa o piragua (canoa de madera) en el que el visitante va sentado en la línea de crujía mirando hacia la proa al sentido de la marcha y en las manos lleva un remo.

#### 6.1.5 Turismo Temático Rural

- ✓ Recojo de plantas medicinales, elaboración de licores tradicionales y preparados medicinales.
- ✓ Talleres para la elaboración de productos artesanales.
- ✓ Ordeño de vacas, alimentación, cuidado de animales y costumbres.
- ✓ La observación de la naturaleza mediante itinerarios, explicaciones y guías de campo.
- ✓ Observación de aves (Birdwatching).

### 6.2 DISEÑO Y DESCRIPCION DEL CIRCUITO TURISTICO



Figura 23. Circuito vivencial del Valle Ayapata.  
Por M. Enríquez. 2014.

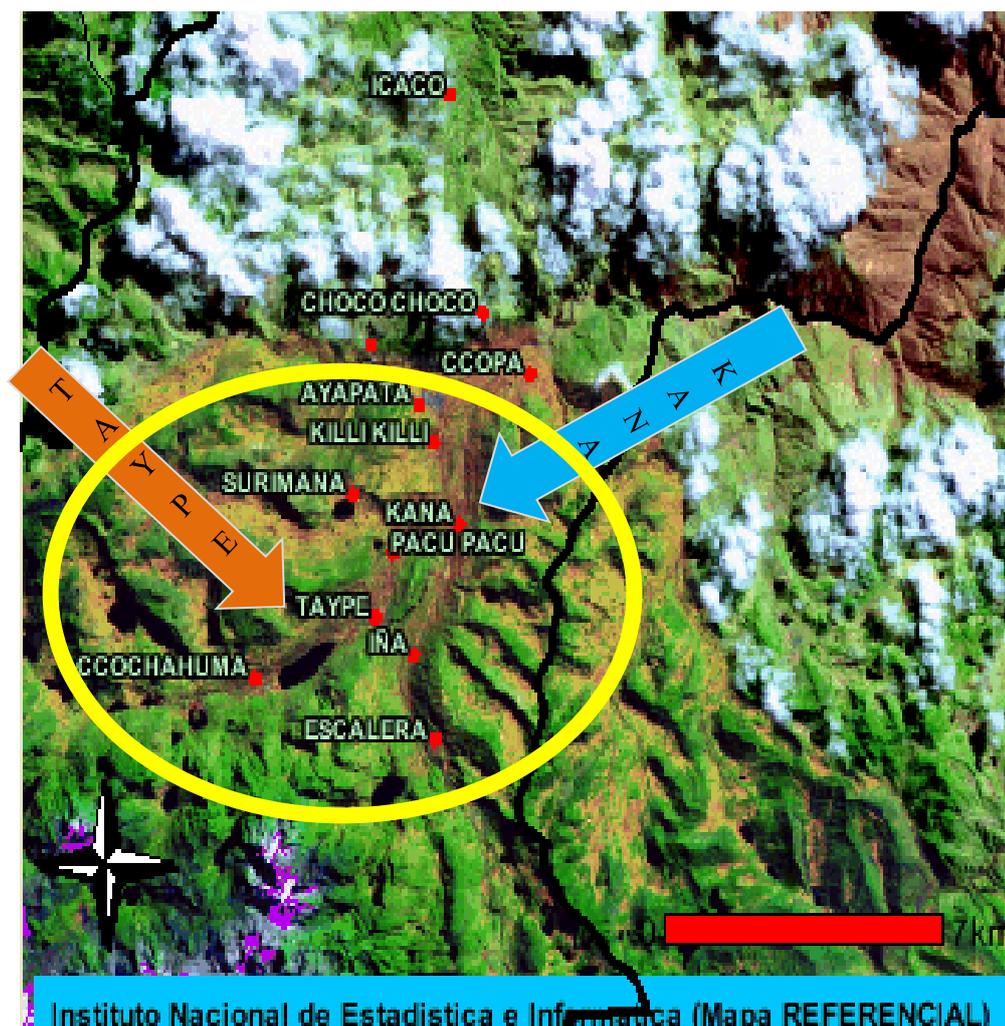


Figura 24. “Círculo Vivencial Valle de Ayapata” en mapa satelital.  
Por INEI. 2014.

El presente mapa muestra el espacio que se considera la ubicación del circuito turístico de los sectores de Levita (Comunidad de Kana) y Ccochahuma (Comunidad de Taype) circuito que está programado para 3 días y 2 noches.

### 6.2.1 Descripción del Circuito Turístico Propuesto

El circuito turístico que comprende desde la Comunidad de Kana sector Levita donde la visita inicia 12:00 del día aprox. Con un almuerzo típico y posteriormente la práctica de pesca sostenible en los dos ríos que rodean la zona, **pernoctamos** la primera noche; siguiente día después de tomar un desayuno saludable realizamos una actividad vivencial de ordeño de vacas y pastoreo, a media mañana nos dirigimos en caballos por el camino ancestral de Markanchaca hacia la comunidad de Taype – Ccochahuma (5km) en el trayecto podemos observar el paisaje natural que esta ruta nos ofrece como flores, árboles, hierbas aromáticas, observamos la laguna de Taypeccocha finalmente después de

2 horas arribamos al sector Ccochahuma donde nos reciben los comuneros con un almuerzo y en la noche una peña musical típica para luego **pernoctar** en las casitas rurales que están acondicionadas para recibir turistas; el siguiente día a tempranas horas emprendemos una caminata hacia el complejo arqueológico de Pitumarka, donde podremos disfrutar del incomparable paisaje rodeado de lagunas pintorescas, también se ofrecerá un paseo en bote en la laguna Qañoqota (la visita dura 3 horas aprox.), retornamos a Ccochahuma donde nos espera un delicioso desayuno natural preparado por las señoras, realizamos algunas compras para luego trasladarnos en transporte privado hasta la capital de Ayapata donde realizaremos una visita guiada de 30m a 1hr, siendo las 12:00 del día nos dirigimos hacia el sector levita (piscigranja chullpampa) para almorzar para luego retornar hasta la ciudad de Puno.

Es una propuesta que consideramos viable puesto que Carabaya y en especial el distrito de Ayapata es uno de los lugares más fascinantes de paisajes esplendidos del departamento de Puno en el corredor turístico noroeste de la zona quechua de nuestra región altiplánica, no solo por la variedad de sus paisajes naturales e histórico culturales, sino por la empatía y calidez de los pobladores esencialmente de la zona rural que están motivados en desarrollar los emprendimientos económicos para el turismo rural y darle un valor agregado a las actividades de agricultura, ganadería, pesca, artesanía y a sus costumbres ancestrales que aún mantienen.

Tabla 29

*Resumen del circuito turístico*


---

<b>RESUMEN DEL CIRCUITO: “CIRCUITO VIVENCIAL VALLE DE AYAPATA”</b>	
<b>DURACIÓN</b>	3 días y 2 noches
<b>UBICACIÓN</b>	La ruta que abarca la Comunidad Kana y Taype distrito de Ayapata Provincia de Carabaya Departamento de Puno.
<b>DISTANCIA PUNO – AYAPATA.</b>	300 Km
<b>ALTURA</b>	3,380 m.s.n.m. a 3,510 m.s.n.m. promedio.
<b>MODALIDAD DE TURISMO</b>	Turismo rural comunitario Turismo Temático.
<b>GUÍA – TOUR</b>	Español, inglés, francés y guía local.
<b>CONDUCTOR</b>	

---

*Nota:* Programación del circuito turístico en forma resumida. Por M. Enriquez. 2014.

## 6.2.2 Programa del Recorrido Turístico

**DURACIÓN:** 3 Días 2 Noches

### **PRIMER DÍA (Puno – Levita)**

Iniciamos el recorrido de la ciudad de Puno 05:00 a.m. Nos dirigimos hasta la provincia de Carabaya, que está a 4 horas de viaje, arribamos a la capital provincial ciudad de Macusani, denominada capital alpaquera del Perú y del mundo, donde podemos tomar fotografías del nevado Allinccapac y paisaje, continuamos el viaje hasta arribar a la comunidad Kana sector Levita desde donde inicia el recorrido del circuito (aprox. 12:00 pm) donde almorzamos y luego de un descanso realizamos la pesca sostenible en el centro de producción de truchas chullupampa, en la noche una cena show.

### **SEGUNDO DÍA (Levita – Ccochahuma)**

07:30 a.m. después del desayuno los pobladores nos ofrecerán un turismo vivencial de ordeño de vaca y pastoreo en el campo. (Duración 2 horas); luego nos dirigimos en caballos por el camino ancestral de Markanchaca hacia la comunidad de Taype – Ccochahuma (4km) en el trayecto podemos observar el paisaje natural que esta ruta nos ofrece como flores, árboles, hierbas aromáticas, observamos la laguna de Taypeccocho finalmente después de 2 horas arribamos al sector Ccochahuma; donde los pobladores nos reciben con un almuerzo, danza y música, luego realizamos una visita al campo para reconocimiento de hierbas, visita de huertos.

En la noche una cena, peña artística típica y pernocte en las casitas rurales.

### **TERCER DÍA (Ccochahuma – Pitumarka – Ccochahuma –Ayapata –Levita – Puno)**

A tempranas horas (05:00 am) emprendemos un trekking hasta el centro arqueológico de Pitumarka donde conoceremos las construcciones pre inca e inca, observaremos variedad de lagunas, paseo en bote en la laguna Qañoqota.

Retornamos al sector de Ccochahuma donde tomaremos desayuno preparado a base de productos de la zona; realizamos compras si desean, los comuneros nos dan una despedida con música y danza; 11:00 am aproximadamente en transporte privado nos dirigimos hacia la capital distrital, pueblo de Ayapata donde realizaremos una pequeña visita, 12:00 pm. Aprox. Nos dirigiremos en transporte privado al Sector Levita donde la comunidad nos ofrecerá un almuerzo en el centro de producción de Chullupampa.

Aproximadamente 14:00 p.m. Retornamos a la ciudad de Puno, arribamos 20.00 p.m. aproximadamente.

**Incluye:**

- Transporte en toda la ruta carro/caballo/bote.
- Alimentación los tres días.
- Alojamiento dos noches
- Guía profesional
- Guía Local

**No incluye:**

- Entradas
- Tips (Propinas)
- Bebidas extras en el viaje.
- Pagos extras

**Recomendaciones:**

- Llevar Cámara con memoria extra – batería extra.
- Llevar ropa y zapatos confortables para caminatas, lluvia, sol.
- Mochila pequeña de mano confortable
- Bolsas plásticas para mantener seco sus pertenencias.
- Botella de agua
- Medicinas personales
- Linterna – Baterías extras.
- Bloqueador solar, Gafas de sol, sombrero de sol, repelente.

Tabla 30  
*Acciones del circuito turístico*

<b>CIRCUITO TURÍSTICO</b>	<b>Tipo de Atractivo y tiempo de Duración</b>	<b>Destinos Incorporados en el circuito</b>	<b>Características</b>	<b>Acciones a realizar para su mejor desempeño</b>
<b>1. Cabalgata del valle levita hasta la comunidad de Ccochahuma.</b>	Natural – Agro turístico. 2 – 3 horas	1. La vista panorámica de Kana y Taype  2. Camino Markan Chaka antiguo camino de los incas.	1. Vista Panorámica y diversa oferta de plantas ornamentales, bosques, ríos y ganados vacunos, caballos y mulas.  2. Visita guiada al criadero de Trucha Chullupampa, ríos de Kana y Markan Chaca.	A CORTO PLAZO • organizar las comunidades rurales que están dentro de la ruta turística fin de poder incorporar alguna oferta turística y organizar la cadena productiva de turismo a través de capacitaciones. •Señalización por toda la ruta del circuito. •Coordinar con los ganaderos para poder ofrecer ordeño y pastoreo de vacas, caballos a los turistas. •Entrenar a los guías locales en interpretación de la naturaleza. A MEDIANO PLAZO • Coordinar con la municipalidad para dar mantenimiento los caminos de acceso en la ruta propuesta. • Coordinar con los actores locales para impulsar recorridos en caballo por el circuito propuesto.
<b>2. Treking Ccochahum a Pitumarka</b>	1. Natural y arqueológico 3 - 4 horas.	1. Centro arqueológico de Pitumarka. 2. Vista panorámica de Lagunas: Allpiccota, Anilccochoa, Taypeccochoa.	Valle arborizado desde donde se asciende al centro arqueológico de Pitumarka desde donde se observa hermosas lagunas y paisajes.	A CORTO PLAZO - Señalización, seguridad turística. - organizar a las comunidades para prestar los servicios turísticos A MEDIANO PLAZO - Coordinar con las autoridades para el mejoramiento del camino Ccochahuma – Pitumarka.
<b>3. Canotaje en la laguna Qañoqota</b>	Natural ecológico y arqueológico.	– Lagunas: Qañoqota,	Laguna de aguas azulinas donde se practica la pesca artesanal, con una isla de forma de un camélido donde se encuentran restos arqueológicos. Idóneo para la práctica de la pesca sostenible.	A CORTO PLAZO - Organizar y capacitar a los prestadores de servicio de paseo en bote. A MEDIANO PLAZO - Implementar botes más seguros y confortables. - Construcción de un muelle de acceso.
<b>4. Pesca sostenible en el río Taype y Kana</b>	Natural – ecológico.	Río Kana, río Markan Chaca y río Taype.	Ríos con aguas tranquilas y cristalinas, en temporada de lluvia suele cargar el caudal del agua. Idóneos para practicar la pesca sostenible y observación de la naturaleza (plantas, flores y árboles.)	A CORTO PLAZO - Organización de la comunidad y capacitación para ofrecer este tipo turismo. - Implementación de instrumentos a utilizar para este tipo de turismo: cañas, anzuelos, mallas, etc. Adecuados. A MEDIANO PLAZO

*Nota:* Características y actividades de acción para la realización del viaje propuesto como parte del circuito turístico entre los recursos turísticos de Kana y Taype. Por M. Enriquez. 2014.

### 6.3 PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE TURISMO RURAL EN LA RUTA.

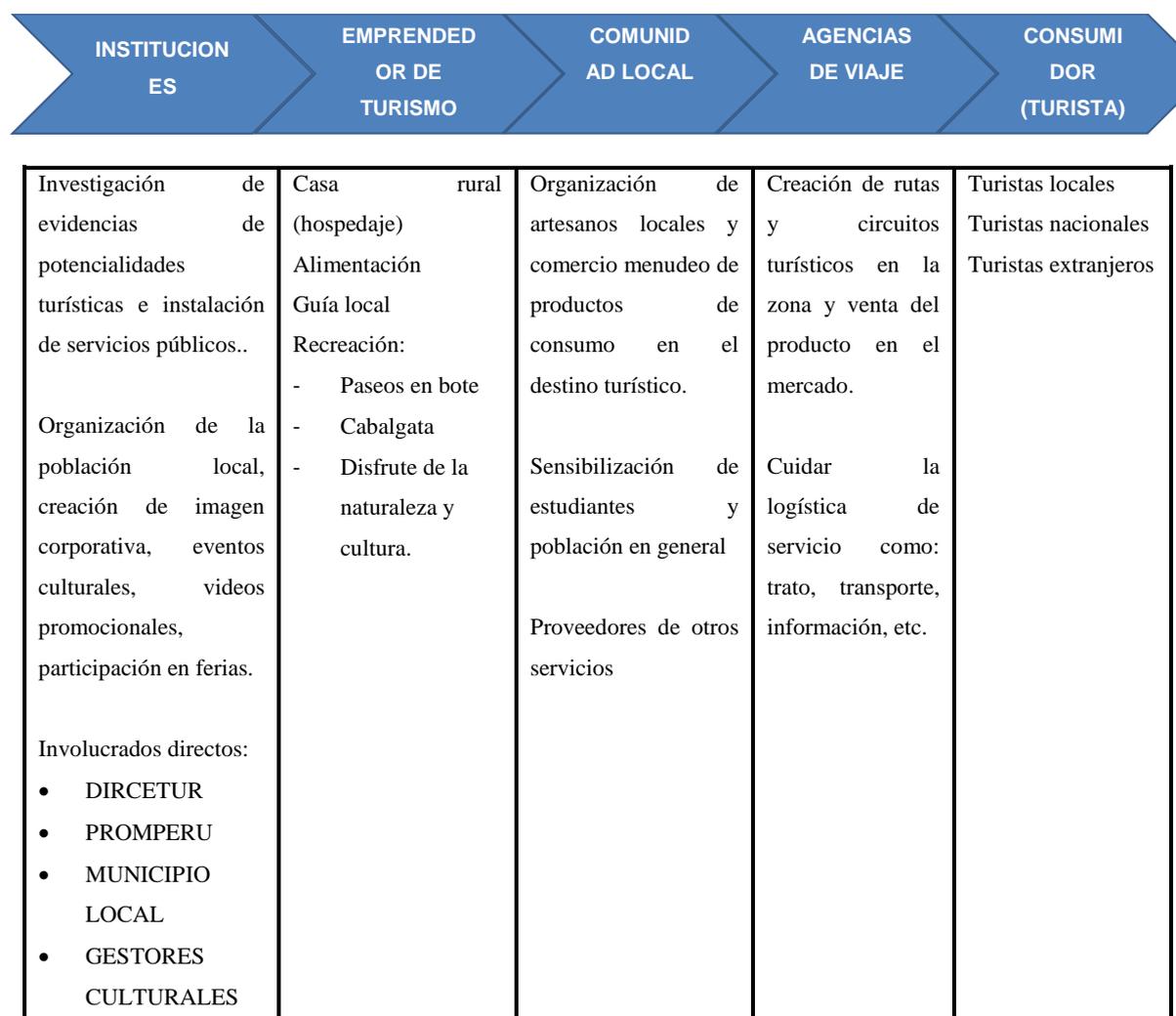


Figura 25. Actores de la cadena productiva del turismo. Ruta turística propuesta por M. Enriquez. 2014

La cadena productiva del turismo que se presenta en la Figura 25 que es adaptado específicamente para la ruta propuesta, consiste en el eslabonamiento sistémico de los actores que están involucrados en esta actividad, dichos actores que comprende desde las instituciones, emprendedores locales, entorno local y agencias operadoras, quienes deben trabajar de manera cohesionada y como resultado tendremos un producto turístico con calidad para satisfacer las expectativas del turista que es el núcleo de la cadena. Este modo de gestionar y promocionar el turismo en la zona sería muy efectivo para un desarrollo turístico sostenible.

La propuesta es identificar, sensibilizar y organizar los eslabones básicos que componen el producto turístico denominado “cadena productiva” para promover el turismo

rural vivencial en la ruta propuesta que abarca 2 comunidades Kana y Taype respectivamente, de esta manera realizar una gestión integral del destino y articularlos a los actores regionales del turismo.

#### **6.4 PROPUESTA DE ACCIONES DE PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL TURISMO RURAL**

##### **Objetivo operativo:**

Poner en marcha nuevos productos turísticos para la creación de emprendimientos rurales en la comunidad de Taype (Ccochauma, Pitumarka) y Kana (Levita), con la propuesta de acciones y/o actividades turísticas.

##### **Acción 1:**

##### **Capacitación y asistencia técnica para la implementación y mejoramiento de servicios**

**Organización de los prestadores de servicio.-** Organizar a los prestadores de servicio por rubro; prestadores de servicio de transporte, servicio de alimentación, servicio de hospedaje, servicio de guiado, servicio de alquiler de caballos, etc. En las respectivas comunidades.

**Equipamiento de Casas Vivenciales.-** Adecuar las casas rurales con materiales rústicos para hospedaje.

**Equipamiento adecuado de Botes.-** Equipamiento de botes con: chalecos salvavidas, adecuación del embarcadero en la laguna Qañoqota. Organizar y capacitar a los pescadores para una mejor prestación de servicio en la laguna y ríos.

**Campañas de capacitación para la prestación del servicio al turista.-** Organizar a los prestadores de servicio en asociaciones y capacitarlos por rubros en temas de formación de organizaciones, articulación entre organizaciones, cultura turística, historia local y nacional, servicio de atención al cliente e inglés básico.

**Preparación de Guías de turismo.-** Capacitación y acreditación de los guías locales implementando lo siguiente:

- Cursos sobre la cultura ancestral y actual del distrito de Ayapata.
- Módulos del idioma inglés.
- Dotarle de una adecuada indumentaria.
- Tramitar su acreditación como Guías de Turismo.

**Apoyo a los arreadores de caballos.-** Incremento, entrenamiento, ornamentación y sanidad de caballos para cabalgata.

**Instalación de una mesa de turismo en Ayapata.-** Mediante talleres con la finalidad de crear una mesa de turismo conformada por las principales autoridades, instituciones y organizaciones cuyo fin es de lograr la difusión constante y mejoras continuas.

**Realizar un Plan de Desarrollo Turístico para Ayapata.-** Con la participación plena de la mesa a través de un proyecto desarrollar un plan de desarrollo turístico de largo plazo para el aprovechamiento sostenible de las riquezas culturales y ancestrales en el distrito.

Tiempo: Acción Mediano plazo

Coste: Acción Pequeña inversión.

### **Acción 2:**

#### **Guías de Viaje Turísticos**

Producción de una guía de viajes en diferentes idiomas, dirigida al consumidor final para ser distribuido preferentemente por los centros de información turística las agencias que venden el destino, por los centros de información turística del destino, librerías, hoteles, agencias de viajes, operadores, entre otros.

Briefing de contenidos: Es una adaptación del folleto trade, pero para ser entregado de forma menos selectiva.

Debido al volumen de información y el costo de diseño y producción, se sugiere que puedan ser vendidos, con el objeto de re-invertir dicho dinero en próximas acciones promocionales o reedición de la guía en Puno y a nivel Nacional en eventos de interés turístico.

### **Acción 3:**

#### **Folleto consumidor descripción o folleto virtual**

Producción de un folleto dirigido al consumidor final en los idiomas seleccionados para ser distribuido preferentemente por las agencias de viajes y turismo que venden el destino, y por las oficinas de información turística del destino.

Briefing de contenidos: Es una adaptación del folleto trade, pero para ser entregado de forma menos selectiva. Se propone un formato tipo americano vertical y sus contenidos serán los siguientes:

Portada: fotografía espectacular y marca con mensaje permanente en el idioma Correspondiente.

- Mapa del país y del destino promocionado.
- Presentación del destino basado en los argumentos de decálogo.
- Presentación de productos específicos.
- Asegurar que se visualicen imágenes de personas y actividades en las diferentes propuestas turísticas. “Una imagen vacía no vende”.
- Los textos que explican estos productos son muy cortos: el titular, una imagen espectacular directamente asociada y una referencia a su localización y contenidos.
- Cerrar con la dirección, teléfonos, web oficial del destino y datos de los centros de información turística
- Mapa del país y del destino promocionado.
- Presentación del destino basado en los argumentos de decálogo.
- Presentación del recorrido general en el destino.
- Presentación de productos específicos.

#### **Acción 4:**

##### **Viajes de familiarización turística**

Es necesario organizar un viaje de familiarización motivando la participación de Agentes de viajes de turismo mayoristas, operadores, guías de turismo, empresas de transporte Turístico, entidades del sector turismo que lo conocen poco. Por ello, esta acción también es clave en la generación del posicionamiento deseado y en la preparación de nuevos productos en el trade turístico primeramente a nivel regional, luego nacional y por qué no nivel internacional, cuando se tenga consolidado el producto turístico. Se procurará que estos viajes coincidan con actividades, celebraciones y eventos especiales en el año para darle valor agregado a la experiencia.

#### **Acción 5:**

##### **Creación de puntos locales de información/promoción turística**

Descripción: Puntos de información turística de carácter puntual y singular. Esta actividad puede contribuir a la prestación de un servicio uniforme al turista en la comunidad rural y a la capacidad para implementar acciones conjuntas y además fomentar el direccionamiento del flujo de visitantes de coordinación con la DIRCETUR y las comunas locales de la Provincia. Estos puntos de información turística pueden localizarse en municipios de Taype y Kana. Esta creación de nuevos focos de atracción de visitantes

permitirá la puesta en valor de los recursos de las poblaciones que conforman esta propuesta, evitará la concentración masiva de turistas en sólo algunos puntos

- Tiempo Acción Medio plazo.
- Coste Acción Medio bajo.

#### **Acción 6:**

##### **Elaboración de un plan de dinamización turística en Taype y Kana**

Elaboración y puesta en marcha de un Plan de Dinamización

Turística orientado a diversificar la oferta, mejorar la calidad de los servicios e infraestructuras turísticas y potenciar la imagen del distrito de Ayapata con las comunidades de Taype y Kana como destino turístico.

Este plan de Dinamización Turística debe ser el instrumento idóneo para el desarrollo turístico adecuado de esta zona de estudio, para acelerar su crecimiento y asegurar su sostenibilidad ambiental y socioeconómica.

- Tiempo: Acción Medio plazo.
- Coste: Acción Pequeña inversión.

#### **Acción 7:**

##### **Viajes de estudios con los promotores de turismo**

Descripción: Promover la calidad en los alojamientos turísticos rurales, contempla la realización de visitas con los promotores a territorios con similares características desde el punto de vista del aprovechamiento sostenible de los territorios del corredor quechua. El conocimiento “in situ” de iniciativas turísticas exitosas, novedosas y sostenibles medioambientalmente potencia la sensibilización y motivación de los promotores y participación de la población interesada en desarrollar el turismo rural participativo en Taype y Kana.

- Tiempo: Acción Medio plazo.
- Coste: Acción Pequeña inversión.

#### **Acción 8:**

##### **Promoción del territorio en ferias de interés turístico y otros eventos de interés.**

Descripción: Se contempla una campaña de promoción en ferias de interés turístico internacional (por ejemplo: FITUR) y nacional. La promoción debe realizarse desde dos

puntos de vista: a nivel institucional, desde el punto de vista del territorio en su conjunto; y también a nivel particular, desde el punto de vista de los promotores privados y la población organizada de Taype y Kana.

**Acción 9:****Campaña de difusión con “agentes de viajes y turismo selectos”.**

Descripción: El trabajo con profesionales especializados en el sector permitirá construir la imagen de marca del territorio de forma satisfactoria: agencias de viajes, tour- operadores, especialista en marketing, etc.

Tiempo: Acción Medio plazo.

Coste: Acción Pequeña inversión.

**Acción 10:****Acciones promocionales con profesionales de prensa regional y nacional**

Descripción: Los viajes de familiarización “fam-trips” de periodistas tienen como objetivo reforzar las campañas de comunicación consiguiendo artículos y reportajes adicionales sobre los territorios que se visitan o destinos turísticos. Es primordial como en este tipo de visitas se hace especial hincapié en la diversidad y calidad de la oferta y los valiosos productos turísticos que se poseen.

Tiempo Acción: Largo plazo.

Coste Acción: Pequeña inversión.

## CONCLUSIONES

**PRIMERA.** Los pobladores de Kana y Taype consideran que el turismo genera beneficios económicos en un 80% y 66.7% respectivamente según las tablas 10 y 22 siendo este un indicador positivo para desarrollar el turismo en dichas comunidades.

**SEGUNDA.** Las comunidades de Kana y Taype tienen la consistencia y el potencial para el desarrollo del turismo rural vivencial tal es así que la población en un 80% y 73,3% respectivamente creen que debe desarrollarse esta actividad ya que es un lugar idóneo por poseer un pintoresco paisaje e historia, se observa en los cuadros 12 y 24. Por ello es necesario organizar a los actores de la cadena productiva del turismo para un trabajo cohesionado, permitiendo así una adecuada prestación de servicios al visitante, influyendo de esta manera en mejores condiciones económicas como también elevando la calidad de vida de la población local.

**TERCERA.-** El circuito turístico propuesto que abarca la comunidad de Kana y Taype está diseñado de acuerdo al segmento del turismo rural vivencial y articulados de manera integral con todos los recursos turísticos existentes en la ruta propuesta que a la vez están articulados con el turismo vivencial de Puno y Madre de Dios respectivamente, siendo parte fundamental en el desarrollo del Corredor Turístico norte de la zona quechua de la Región Puno, y respondiendo de esta manera a la demanda potencial que exige, el creciente mercado del turismo rural vivencial.

## RECOMENDACIONES

**PRIMERO.** Las comunidades de Kana y Taype deben de aprovechar en su magnitud todos los recursos existentes de orden natural, cultural y arqueológico para el beneficio de la población local, para lo cual se sugiere realizar acciones coordinadas con instituciones públicas y privadas vinculadas al sector turismo y así perfilarnos como uno de los destinos turísticos más visitados a nivel del corredor quechua de la zona norte de la región de Puno.

**SEGUNDO.** Considerando el gran potencial de los recursos turísticos existente en las comunidades de Kana y Taype, es necesario proponer proyectos de desarrollo en turismo rural, con marcadas tendencias ecológicas teniendo en consideración la conservación y preservación de los atractivos y siendo aún más importante la valoración de la identidad cultural andina que es propia de la zona.

**TERCERO.** Ante la creciente aceptación del turismo rural – vivencial, por parte del mercado exterior. Es recomendable la capacitación en servicios de hospedaje rural, alimentación y en la predisposición de las personas para poder brindar una adecuada prestación de servicios de atención al cliente, acorde a las tendencias del turista potencial y real

**CUARTO.** Es necesario mejorar las vías de acceso alrededor de los circuitos turísticos propuestos que circundan las comunidades de Kana y Taype esto con el fin de facilitar una adecuada accesibilidad para los visitantes, es necesario la instalación de señalizaciones en los senderos que conducen a los diferentes atractivos y la instalación de contenedores de residuos sólidos e inorgánicos para su respectivo reciclaje y así de esta manera se logre un desarrollo sostenible del turismo rural.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (2000). *Promoción Turística Un Enfoque Metodológico*,. Mexico: 4ta Edic. Trillas.
- Aghón, G., Albuquerque, F., & Cortés, P. ( 2001). *Desarrollo económico local y descentralización* . Lima : Editores San Marcos.
- Albuquerque, F. (2002). *Desarrollo económico territorial. Guía para agentes*. España: Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria, Sevilla.
- Alvarez M., C. (1990). *La región de Carabaya en el Perú (hoy provincias de Carabaya y Sandia)*. Lima.: . Sociedad Nacional de Minería, Tomo I. Impr. de la Escuela de Ingenieros.
- Andrews, M. ( 1974). Chichiccapac and Other Peaks, Cordillera Carabaya. *American Alpine Journal*, 190.
- Avila Quispe, W. M. (2005). *Carabaya. Historia General*. Arequipa - Perú: Tomo I. impresiones AQP.
- Begazo, J. D. (2012). *Megatendencias del Turismo en el Tercer Milenio*. Lima - Peru: Edit. San Marcos.
- Butler Halter, M. (2011). La Rotura de la Cadena de Valor Turística. *Estudios Turísticos, Instituto de Turismo*,, España. N° 188, pp. 7-26.
- Cardenas, F. (1994). *Mercadotecnia y Productividad Turística*. Mexico.: Edit. Trillas.
- CEPAL. (2001 ). *Reunion de Expertos en Turismo Una visión conceptual* . México: Comisión Económica para América Latina y el Caribe .
- Definicion ABC Definicion: Tu Diccionario Hecho Facil. (03 de 10 de 2007). <http://www.definicionabc.com/tecnologia/online.php>. Recuperado el 03 de 08 de 2015
- ICEX. (2009). *Economía Mundial Secretaría de Estado de Turismo y Comercio*. Madrid: Instituto Español de Comercio Exterior.Ministerio de Industria, Turismo y Comercio,.
- Kotler, P., & Keller, K. ( 2012). *Dirección de Marketing*. México: Trillas.
- Llorens, J., Albuquerque, F., & del Castillo, J. (2002). *Estudio de casos de desarrollo económico local en América Latina*. Lima: Edit. Latina.
- Mamani Chupa, J. (2009). *Ayapata Paraje Histórico*. . Juliaca: MDA.
- MEF/MINCETUR. (2011). *Guía Metodológica para la Formulación de Proyectos de Inversión en Turismo*. Lima-Perú: MINCETUR.

- MINCETUR. (2008). *Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. Lima: DNDT.
- MINCETUR. (2009). *Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario*. Lima: (PNTRC) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo .
- MINCETUR. (12 de 07 de 2010). *www.mincetur.com*. Recuperado el 2 de 08 de 2014, de Turismo: [http://mincetur.com.pe/leygeneral de turismo](http://mincetur.com.pe/leygeneral%20de%20turismo)
- MINCETUR. (2012). *Reglamento de establecimientos de hospedaje*. Lima: CULTUR.
- Mitnik, F., & Magnazo, C. (2011). *Desarrollo de Cadenas Productivas, Clusters y Redes Empresariales. Herramientas para el Desarrollo Territorial. BID – ADEC*. Cordoba: Agencia de Desarrollo.
- MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AYAPATA. (2009). *Plan de desarrollo concertado del distrito de Ayapata 2010 – 2021*. Ayapata: MDA.
- MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CARABAYA. (2008). *Plan de desarrollo concertado de la provincia de Carabaya 2008 – 2014*. Carabaya: MPC.
- Parra Medina, R. I. (2013). La ventaja competitiva como elemento fundamental de la estrategia y su relación con el sector servicios de la actividad turística. *en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N°191, 2013. Texto completo en [http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013, 10](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/10)*.
- Paz, S. (2011). *El desarrollo económico de los destinos turísticos. Redes empresariales*. . Buenos Aires: Editores BA.
- Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva*. Argentina: CECSA.

## WEBGRAFÍA

www. competitividad.org. (01 de 03 de 2014). *competitividad.org.do/wp-content/uploads/2010/04/punta-del-este-uruguay.pdf*. Recuperado el 09 de 08 de 2014, de Construyendo competitividad, clúster turístico en punta del este Uruguay <http://competitividad.org.do/wp-content/uploads/2010/04/punta-del-este-uruguay.pdf>

## ANEXOS

**ANEXO A**

**ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN DE LAS COMUNIDADES DE TAYPE Y KANA**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO  
 FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

ENCUESTA PARA LA POBLACIÓN DE LAS COMUNIDADES DE TAYPE Y KANA Sr.(Sra.) ”, Saludos cordiales ,soy estudiante de E.P. Turismo, le solicito su valiosa colaboración respondiendo el siguiente cuestionario que será utilizado para el desarrollo de los emprendimientos del turismo rural de la población de la comunidad y fines académicos. Toda la información será tratada confidencialmente, de antemano gracias.

1. Género de la población encuestada a) Masculino ( ) b) Femenino ( )

2. Edad

a) De 18 a -30	
b) De 30 a -40	
c) De 40 a 50	
d) De 51 a mas	

3. Ocupación

a) Ganadero	
b) Emprendedor rural	
c) Minería	
d) Agricultor	
e) Otros	

4. ¿Sabe usted que es el turismo?

a) SI	
b) Poco	
c) NO	

5. ¿Qué es el emprendimiento del turismo rural para usted?

a)Es una actividad que trae inversión	
b)Crea puestos de trabajo para la comunidad	
c)Ayuda a recuperar nuestras costumbres y tradiciones	
d)Incide en cambios de las costumbres y tradiciones de la comunidad	
e)Es una actividad que no beneficia a toda la comunidad	

6. ¿Qué beneficios considera que trae los emprendimientos del turismo rural a su comunidad?

a) Beneficios económicos	
b) Beneficios sociales	
c) Beneficios culturales	

d) Intercambio de experiencias	
e) Otros	

7. ¿Usted cree que, para el desarrollo de los emprendimientos del turismo rural en su comunidad, la conservación de los recursos naturales y culturales es?

a) Muy importante	
b) Importante	
c) Poco importante	
d) No es importante	
e) No sabe	

8. ¿Qué actividades cree que se deben realizar en su comunidad para el emprendimiento del turismo rural?

a) Turismo rural	
b) Cabalgata	
c) Pesca	
d) Deportes de aventura	
e) Caminata	

9. ¿Estaría dispuesto a trabajar en un negocio relacionado al turismo, como: alojamiento, restaurante?

a) Muy dispuesto	
b) Dispuesto	
c) Poco dispuesto	
d) No está dispuesto	
e) No sabe	

10. ¿Qué medios de información promocional conoce usted sobre su comunidad?

a) Folletos	
b) Revistas	
c) Boletines	
d) Página Web	
e) No sabe / no opina	

11. ¿Conoce usted si se realizó algún evento de promoción turística en su comunidad?

SI ( ) b) NO ( )

12. Si su respuesta es SI , qué tipo de eventos se realizó en favor de los emprendimientos rurales para el turismo

a) Ferias Turísticas	
b) Viajes de Familiarización	
c) Encuentros Turísticos	
d) Seminarios	
e) Works Shops	

GRACIAS POR SU COLABORACION

**ANEXO B**

**ANÁLISIS FODA CON LA MATRIZ INTEGRAL DEL DISTRITO DE AYAPATA**

**ASPECTO SOCIAL**

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentan con organizaciones sociales de base.</li> <li>• Existen organizaciones conformadas como club de madres.</li> <li>• La comunidad de Taype está registrada.</li> <li>• Se tienen sectores organizados en todas las comunidades.</li> <li>• Se tienen en varios sectores infraestructura de material noble de segundo piso los cuales no se usan.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dan apoyo algunos programas sociales (prog. PRONAMACH, JUNTOS, CRECER, PRONAA, SEMBRAR y vaso de leche).</li> <li>• Apoyo del ministerio de la mujer con algunos programas sociales.</li> <li>• Constituir nuevas empresas asociativas para la producción organizada.</li> <li>• Los espacios de participación local para debatir y discutir temas y problemas importantes.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de asesoramiento a los clubes de madres en el aspecto de artesanía.</li> <li>• Desorganización de las organizaciones comunales.</li> <li>• Divisionismo y fragmentación de las organizaciones al interior de las comunidades.</li> <li>• Falta unión y voluntad de los comuneros y comuneras.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funcionarios corruptos del gobierno central.</li> </ul>

**SISTEMA DE PRODUCCIÓN PECUARIO – AGRÍCOLA**

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tienen productos nativos (papa, habas, tarwi, llacon).</li> <li>• Se cuenta con recursos hídricos (lagunas, ríos, riachuelos y manantiales).</li> <li>• Hay un clima adecuado de tipo húmedo.</li> <li>• Tierra fértil para la producción.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carretera Inter. Oceánica para exportar productos agropecuarios a Brasil (cuyes, truchas, tarwi, llacon y otros).</li> <li>• El tratado de libre comercio TLC para exportar.</li> <li>• Apoyo del ministerio de agricultura con asistencia técnica o capacitación.</li> <li>• Apoyo de instituciones como AGROIDEAS para proyectos de riego por aspersión.</li> <li>• Existen apoyo de financiamiento con micro créditos para impulsar la economía.</li> <li>• El programa de sierra exportadora, en producción y promoción productiva.</li> <li>• Proyectos de mejoramiento genético para los ganados criollos en calidad.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No se tiene un asesoramiento técnico en el aspecto agrícola.</li> <li>• Escasos conocimientos en la producción agropecuaria.</li> <li>• Falta producir animales menores que solamente es para autoconsumo.</li> <li>• Falta del aprovechamiento del recurso hídrico (agua).</li> <li>• Escaso forraje, pastos y falta de manejo adecuado de pastos.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El TLC por la competencia desigual.</li> <li>• La carretera interoceánica por la competencia en precios y baja oferta.</li> <li>• Desastres naturales.</li> <li>• Fenómenos climatológicos (heladas, sequías, lluvias, nevada).</li> <li>• Bajo precio para vender los productos agropecuarios.</li> <li>• Centros de acopio extranjeros para semillas y animales de valor genético.</li> <li>• La utilización de abonos químicos e insecticidas que malogran la tierra.</li> </ul>

**TRANSPORTES Y COMUNICACIONES**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de vías de comunicación vial y telefónica satelital, empresas claro y movistar.</li> <li>Existencia de una antena parabólica en Taype.</li> <li>Existe regular número de parque automotor.</li> <li>Existencia de servicio de internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilidad de contar con la empresa de telefonía móvil (celular) y medios de comunicación (radios).</li> <li>Asistencia de Provias Nacional.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Carencia de mantenimiento de la carretera.</li> <li>Carencia de acceso a otras comunidades.</li> <li>El acceso por la carretera es dificultoso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Funcionarios burocráticos retrasan la gestión.</li> <li>Inestabilidad económica por suba de precios y pasajes.</li> </ul>

**COMERCIO Y SERVICIOS**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuentan con recursos naturales, culturales minerales para aprovechamiento con agricultura y turismo</li> <li>Cuenta con energía eléctrica y mini-hidroeléctrica generadora de electricidad.</li> <li>Existencia de apoyo a los artesanos en infraestructura por parte del municipio.</li> <li>Existencia de recursos minerales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen apoyo de financiamiento con micro créditos para impulsar la economía.</li> <li>Exportaciones por ser zona cercana a la de frontera con Brasil.</li> <li>Existencia de Vías de comunicación, tratados de TLC.</li> <li>Crecimiento de la tendencia de consumo de productos orgánicos.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de capacitación permanente en aspectos productivos.</li> <li>Las comunidades no cuentan con el servicio de saneamiento (desagüe y agua).</li> <li>Débil desarrollo de productos agrícola, ganaderas, textiles y turismo a pesar de contar con los recursos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La carretera interoceánica por la competencia en precios y baja oferta.</li> <li>Funcionarios burocráticos retrasan la gestión</li> <li>Privatización de recursos hídricos (agua).</li> <li>Inestabilidad económica por suba de precios.</li> </ul>

**PESCA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Se cuenta con recursos hídricos (lagunas, ríos, riachuelos y manantiales)</li> <li>Crianza de truchas en forma artesanal y en estanques en algunas zonas como Taype y Kana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen apoyo de financiamiento con micro créditos para impulsar la economía.</li> <li>Apoyos de ONGs en algunos rubros o sectores.</li> <li>El proyecto PELT (truchas) de la Región para crianza y capacitación</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta del aprovechamiento del recurso hídrico (agua).</li> <li>Carencia de recursos económicos para criar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Competencia de otros lugares y productores</li> <li>Privatización de recursos hídricos (agua).</li> <li>Contaminación ambiental (agua) por la instalación y funcionamiento de minas.</li> </ul>

**TURISMO Y ARTESANIA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Presencia de pinturas rupestres en varios lugares o sitios.</li> <li>Existencia de artesanía textil con iconografía propia cada sector cuenta con locales de infraestructura para implementar sus talleres.</li> <li>Cuenta con las ruinas de Pitumarca con paisajes hermoso rodeado de lagunas.</li> <li>Se tienen recursos forestales, plantas y hierbas medicinales y exóticas para práctica de aroma terapia.</li> <li>Hay un clima adecuado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyos de ONGs en algunos rubros o sectores.</li> <li>Existe demanda de productos ecológicos.</li> <li>Fomentar el ecoturismo natural.</li> <li>Distintos lugares de intercambio cultural, a nivel regional, central, provincial y distritales.</li> <li>Crecimiento de tendencia del turismo rural ecológico.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de caballos para la práctica de cabalgatas.</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de capacitación permanente en aspectos productivos.</li> <li>Falta de asesoramiento a los clubes de madres en el aspecto de artesanía.</li> <li>Falta promover y difundir el turismo ecológico vivencial en las distintas zonas.</li> <li>Perdida de costumbres ancestrales por los jóvenes que ya no los practican.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Privatización del parque baguaje – zonene</li> <li>Desconocimiento sobre lugares ecológicos.</li> <li>Deficiente cultura turística.</li> <li>Ausencia de revaloración cultural.</li> <li>Falta políticas culturales y de recreación alternativa y sana.</li> </ul>

**ANEXO C**

**ANÁLISIS DE DIAMANTE DE PORTTER**

