

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**GESTION DEL TURISMO RURAL Y LOS CAMBIOS  
SOCIO CULTURALES EN EL CENTRO POBLADO DE  
LLACHON CAPACHICA - PUNO 2018**

**TESIS**

**PRESENTADA POR:**

**Bach. YESSICA KARINA LAQUISE QUISPE**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADO EN TURISMO**

**PUNO – PERÚ**

**2019**

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

**GESTION DEL TURISMO RURAL Y LOS CAMBIOS SOCIO  
CULTURALES EN EL CENTRO POBLADO DE LLACHON CAPACHICA -  
PUNO 2018**

**TESIS PRESENTADA POR:**  
**Bach. YESSICA KARINA LAQUIE QUISPE**  
**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL:**  
**LICENCIADO EN TURISMO**

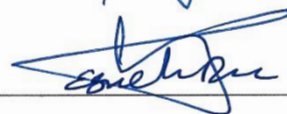


**APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:**

**PRESIDENTE:**

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Jorge Luis Esparza Monrroy

**PRIMER MIEMBRO:**

  
\_\_\_\_\_  
M. Sc. Esmélida Roxana Rivero Carpio

**SEGUNDO MIEMBRO:**

  
\_\_\_\_\_  
M. Sc. Ivan Grover Sanches Mamani

**DIRECTOR / ASESOR:**

  
\_\_\_\_\_  
Dra. Ruth Fresia Boza Condorena

**Área : DESARROLLO REGIONAL**

**Tema : GESTION DEL TURISMO RURAL**

**Fecha de Sustentación: 31 de julio del 2019**

## INDICE GENERAL

### ÍNDICE DE FIGURAS

### ÍNDICE DE TABLAS

### ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN .....	8
ABSTRACT.....	9

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA .....	13
1.2.1. Pregunta general.....	13
1.2.2. Preguntas específicas:.....	14
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.3.1. Hipótesis del estudio .....	14
1.3.2. Hipótesis específicas.....	14
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.4.1. Objetivo General: .....	15
1.4.2. Objetivos específicos:.....	15

## CAPITULO II

### REVISION DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES: .....	16
2.1.1. A nivel internacional .....	16
2.1.2. A nivel nacional .....	23
2.1.3. A nivel local .....	32
2.2. MARCO TEÓRICO:.....	33
2.2.1. Desde el enfoque de la Teoría Sociológica .....	33

2.2.2. La Cultura como Eje del Cambio Social .....	34
2.2.3. Desde el enfoque Antropológico .....	37
2.2.4. El turismo como fenómeno cultural.....	40
2.2.5. Efectos positivos del turismo rural.....	41
2.2.6. Efectos negativos del turismo rural.....	41
2.2.7. Los efectos negativos se muestran:.....	42
2.2.8. Conceptos utilizados:.....	44

### CAPÍTULO III

#### MATERIALES Y METODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO .....	49
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	60
3.3. EJES DE ANÁLISIS .....	62
3.4. DIMENSIONES DE ANÁLISIS.....	62
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE DATOS .....	62
3.6. MUESTRA .....	62

### CAPITULO IV

#### RESULTADOS DISCUSION

4.1. RESULTADOS .....	65
CONCLUSIONES .....	85
RECOMENDACIONES .....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	87
ANEXOS.....	91
ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	92
ANEXO 02: CUESTIONARIO .....	94
ANEXO 03: FIGURAS Y GRAFICOS.....	97
ANEXO 03: DECLARACIONES Y CARTA .....	102

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA N° 1:</b> Mapa turístico Llachon.....	53
<b>FIGURA N° 2:</b> Gestión del turismo rural desde el enfoque sostenible.....	58
<b>FIGURA N° 3:</b> Postura del anfitrión/ respuestas de comportamiento a la actividad turística .....	77
<b>FIGURA N° 4:</b> Mejoramiento de servicios por presencia del turismo.....	97
<b>FIGURA N° 5:</b> Comportamiento de la población frente al turista .....	97
<b>FIGURA N° 6:</b> Características diferenciales de la población de llachon .....	98
<b>FIGURA N° 7:</b> Está de acuerdo con la actividad turística en su localidad .....	98
<b>FIGURA N° 8:</b> Como se siente respecto a la actividad turística en su distrito, le proporciona mayores oportunidades económicas.....	99
<b>FIGURA N° 9:</b> Que opina de utilizar la cultura como atracción turística.....	99
<b>FIGURA N° 10:</b> Usted sabe bailar danzas típicas .....	100
<b>FIGURA N° 11:</b> Los turistas ocasionan conflictos en la comunidad .....	100
<b>FIGURA N° 12:</b> En qué meses se produce la llegada de más turistas .....	101
<b>FIGURA N° 13:</b> La frase que más caracteriza a Llachón .....	101

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA N° 1:</b> Efectos socioculturales del turismo.....	11
<b>TABLA N° 2 :</b> Nivel de aceptación de actividad turística en llachon .....	65
<b>TABLA N° 3:</b> Participación de la población en la actividad turística .....	66
<b>TABLA N° 4:</b> Cambios en la cultura local por la actividad turística .....	66
<b>TABLA N° 5:</b> Nivel de identificación de la población con sus danzas típicas.....	67
<b>TABLA N° 6:</b> Conflictos sociales por parte de los turistas en la población.....	67
<b>TABLA N° 7:</b> Frecuencia de arribo de turistas a Llachon.....	68
<b>TABLA N° 8:</b> Representación del turismo como actividad.....	69
<b>TABLA N° 9:</b> Mejoramiento de los servicios básicos por la presencia del turismo en Llachon.....	70
<b>TABLA N° 10:</b> Características diferenciales de la población de Llachon.....	71
<b>TABLA N° 11:</b> Beneficios sociales del trabajo en turismo para su familia .....	72
<b>TABLA N° 12</b> Cambios socioculturales que afectan las tradiciones y costumbres locales por la presencia del turismo .....	73

## ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

<b>PENTUR</b>	Plan estratégico nacional de turismo
<b>OMT</b>	Organización mundial de turismo
<b>ONU</b>	Organización de las naciones unidas
<b>MINCETUR</b>	Ministerio De Comercio Exterior De Turismo
<b>TRC</b>	Turismo Rural Comunitario
<b>OIT</b>	Organización Internacional De Trabajo
<b>ONG</b>	Organización No Gubernamental
<b>PROMPERU</b>	Comisión De Promoción Del Perú Para Exportación Y Turismo
<b>CICATUR</b>	Centro Interamericano De Capacitación Turística
<b>OEA</b>	Organización De Los Estados Americanos

## RESUMEN

El turismo rural se viene consolidando dentro de la oferta turística regional como un producto característico y diferente, especialmente vinculado a las Comunidades en espacios rurales, desarrollándose con más impulso recientemente, esto ha contribuido notablemente a la diversificación de la oferta turística, así como a la dinámica de las economías en zonas deprimidas, siendo una nueva alternativa de ingresos y empleos locales una vez que la agricultura y ganadería en muchos casos no son actividades que rindan lo suficiente para garantizar el mantenimiento familiar. Sin embargo, como dice Kadt (1979: 12) “El turismo es una de las influencias modernizadoras de la instrucción, haciendo que se modifiquen los valores y cambien las actitudes humanas en todas las civilizaciones” En el presente trabajo de investigación **la interrogante principal es la siguiente:** ¿cuáles son esos cambios socioculturales que se le puedan atribuir al turismo rural en la comunidad de Llachón. El **objetivo** de la presente investigación es Identificar aspectos de cambio sociocultural por la gestión del turismo rural en el Centro poblado de Llachón Capachica. Se utilizó el **método** Analítico, descriptivo buscando especificar las características de los perfiles de las personas, grupos y comunidad en los procesos. El análisis y la síntesis basada en entrevistas realizadas a integrantes de las Asociaciones de Turismo, a productores, a prestadores de servicios y otros habitantes rurales que se ven afectados por la actividad turística. Los **resultados** muestran los **cambios socioculturales positivos** donde el 33% de la población de Llachón se beneficia económicamente, el 23 % afirma que el turismo mejoró la educación de los Hijos, el 10% afirma haber mejorado su calidad de vida, 22% ha ampliado y mejorado su vivienda, entre otros aspectos. Los **cambios negativos** en Llachón: el 23% de la población afirma que los comportamientos tradicionales han cambiado a partir del turismo, el 18 % afirma que los aspectos religiosos han sido más alterados por la gestión del turismo rural en la comunidad, el 32% afirmo que los jóvenes si han mostrado desconocer su lengua materna lo cual es preocupante porque significaría perder los valores, tradiciones e historia.

**Palabras claves:** Cambios, Sociales, culturales, Gestión, Turismo rural.



## ABSTRACT

Rural tourism has been consolidated within the regional tourism offer as a characteristic and different product specially linked to the communities in rural areas, developing with more momentum recently, this has contributed notably to the diversification of the tourist offer as well as the dynamism of the economies in depressed areas being a new income alternative as a source of income generation, once farming and livestock are not activities that yield enough to guarantee family maintenance, in this way, rural tourism, added to farming and livestock, contributes to keeping man in the countryside. However, as Kadt (1979:12) says, he affirms that tourism is one of the modernizing influences of instruction, changing values and also human attitudes in all civilizations. In the present research work we ask ourselves what are these sociocultural changes that are attributed to rural tourism in the town center of Llachon. The descriptive analytical method was used seeking to specify the characteristic of the profiles of the people, groups and communities in the processes analysis and synthesis based on semi structured interviews made to members of the tourism association, to producers, service providers and other rural inhabitants who are affected by tourism activity. Research results show that positives sociocultural changes 33 percent of population is economically blessed, 23 percent say that tourism improved the education of children, 10 percent say they have improved their quality of life, 22 percent have expanded and improved their home in other aspects, negative changes in Llachon, 23 percent of the population affirms that traditional behaviors have changed to belong to tourism, 18 percent say that religious aspect have been more altered by the management of rural tourism in the community, 32 percent say that young people have shown to ignore their mother tongue, which is worrisome because it means losing values, traditions and history

**KEY WORDS:** cultural, social, changes, management, rural tourism,

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Turismo Rural en Puno se inicia principios de los 80, años en los que coinciden con una serie de circunstancias que dieron como efecto un cambio radical, debido aspectos climáticos y de crisis económica entre otros, constituyéndose así en una búsqueda inmediata de nuevas alternativas de empleo, por un lado la crisis de la agricultura, marcó al Turismo como una alternativa de solvencia y necesidad, dando como resultado un ingreso económico justo para seguir creciendo como comunidad, y por otra parte la aparición de nuevas tipologías de demanda turística, con un consumidor turístico cada vez más experimentado e interesado en completar sus vacaciones con nuevas actividades, el poblador de Llachón no solo tiene como objetivo recuperar el patrimonio y rehabilitar viviendas tradicionales, sino va favoreciendo el desarrollo local y frenando la despoblación. El presente trabajo de investigación se justifica por cuanto siendo el turismo una actividad rentable para la población este puede generar cambios positivos y negativos en la población receptora si no se ha considerado una organización adecuada para el fortalecimiento de la cultura local. El impacto social incluye los cambios más inmediatos en la calidad de vida, así como los que ocurren a largo plazo en las normas sociales, en la cultura material y en el lenguaje cotidiano; estos cambios surgen, gradualmente, en una relación social comunitaria. El turismo rural es una actividad que unifica su potencialidad económica con otras funciones, como la valorización de la cultura local y del ambiente rural. Sin embargo, se agrega que, en muchos casos, estos últimos elementos son los principales atractivo No obstante, Martínez (2000) enfatiza que el turismo rural presenta efectos positivos que se deben tener en cuenta,

tales como la contribución para la reactivación económica de las zona deprimidas, la mejora de las condiciones de vida de la población local, la generación de ingresos complementarios, la incorporación de la mujer al trabajo remunerado, la estabilización de población local desde el punto de vista demográfico, la conservación del medio físico y, enriquecimiento cultural de la población local Sin embargo, han aparecido muchos problemas e implicaciones socioculturales, tales como la pérdida de la propiedad, la dependencia de subvenciones estatales y supraestatales, altos coste y rentabilidad baja.

El trabajo de investigación contiene los resultados de investigación arribados luego de la fase de campo realizada en el Centro Poblado de Llachon, considerando que hay cambios positivos y negativos que se dan por la gestión del turismo rural y es necesario prevenir aquellos que van en contra del propio desarrollo de la comunidad.

**Tabla N° 1:** Efectos socioculturales del turismo

<i>Efectos socioculturales del turismo</i>	
<b>Efectos positivos</b>	<b>Efectos negativos</b>
<b>Socioculturales</b>	<b>Socioculturales</b>
Generalizar la educación Promover la comprensión entre los pueblos y la paz Eliminar fronteras: lingüísticas raciales políticas religiosas Preservar las tradiciones Promover el desarrollo de la comunidad global Facilitar la valoración de las diferentes culturas	Contribuir al desentendimiento Generar estereotipos Traer xenofobia Producir contaminación social Mercantilizar la sociedad, así como su cultura, su religión y sus expresiones artísticas Romper la estructura familiar Contribuir a la prostitución Incrementar la criminalidad Inducir a conflictos en la sociedad anfitriona

**Fuente:** Martínez F. (2000) efectos positivos y negativos del turismo en poblaciones locales

Martínez (2000) identifica el abandono de las actividades tradicionales por parte de las poblaciones locales, la degradación del medio ambiente, lo que contribuye para un mayor riesgo de contaminación, el deterioro de la cultura autóctona, el surgimiento de tensiones entre vecinos y turistas, y la estandarización del estilo de vida, ocasionando la pérdida del carácter rural.

Según esta teoría, defendida por Santana (1997), citado por Martínez, cuando dos culturas distintas entran en contacto, aparece una tercera que resulta de las dos, pero que tiene características propias que la diferencian de sus culturas originarias. Al mismo tiempo, cada una de ellas le presta, de manera asimétrica, parte de sus conceptos y actitudes. El sentido de aculturación, por lo tanto, se aproxima de la noción de cambio cultural y no de la de superposición. 87

Según Valls (2000), los impactos se producen en el proceso de cambio como consecuencia de la interacción entre los turistas, las comunidades locales y los medios receptores. Estos impactos, según el autor, presentan algunas variables, tales como: el tipo de sociedad en la que ocurren, el volumen de llegada de los turistas, la estructura de la economía receptora, los tipos de actividades turísticas, la diferencia entre las características socioculturales de los anfitriones y de los turistas, y la fragilidad del ambiente local, Como Acerenza (2001) afirma, el turismo no es el único responsable por los cambios que ocurren en las culturas locales (incluso porque la cultura no es estática). Sin duda, todo cambio cultural ocurre asociado a diferentes variables que contribuyen para el proceso de desestructuración de la cultura autóctona, tales como la modernización, los medios de comunicación, la urbanización, la tecnología y también el turismo.

Los impactos sociales del turismo se han descrito como los cambios en la calidad de vida de los residentes de destinos turísticos como consecuencia de esta actividad (Wall y Mathieson, 2006, p. 227). Más ampliamente, los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida.

El turismo puede provocar, asimismo, una desculturización del destino: el efecto demostración puede llevar a la desaparición de la cultura (que suele ser la de la comunidad receptora), frente a la más fuerte (la del visitante). Este fenómeno puede afectar a muchos países en desarrollo, ya que la cultura de los turistas suele ser percibida por los residentes como superior a la local, especialmente por el mayor nivel de vida que manifiestan, provocando la adaptación de costumbres occidentales a culturas indígenas. La mercantilización extrema de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado, puede fomentar un proceso de desculturización, que a la vez puede acabar destruyendo los atractivos que en su día iniciaron el flujo de visitantes. Por lo que nos formulamos las siguientes interrogantes en el presente trabajo de investigación:

## **1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. Pregunta general**

1. ¿Cuáles son esos cambios socioculturales que se le puedan atribuir a la gestión del turismo rural en el centro poblado de Llachón, Capachica?

### **1.2.2. Preguntas específicas:**

1. ¿Cómo se reflejan los cambios a nivel social por la presencia del turismo en el centro poblado de Llachón?
2. ¿De qué manera se dan los cambios culturales por la presencia del turismo en el centro poblado de Llachón?
3. ¿Qué aspectos de orden debe considerar la gestión del turismo rural para impulsar el fortalecimiento de la identidad cultural y la calidad de vida de la población del centro poblado de Llachón?

### **1.3.HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1. Hipótesis del estudio**

Los cambios socioculturales en el Centro poblado de Llachon - Capachica están en directa relación con la gestión del turismo rural.

#### **1.3.2. Hipótesis específicas**

1. La presencia de turistas influye en los cambios a nivel social en el Centro poblado de Llachon – Capachica
2. Los cambios culturales en el Centro poblado de Llachon – Capachica se dan por el turismo rural.
3. La gestión del turismo rural interviene en el fortalecimiento de la identidad cultural y el mejoramiento de la calidad de vida en el Centro poblado de Llachon –Capachica

## **1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General:**

Identificar los cambios socioculturales que se dan en el Centro poblado de Llachon Capachica por la Gestión del turismo rural.

### **1.4.2. Objetivos específicos:**

1. Identificar los cambios a nivel social que se dan en el Centro poblado de Llachon por la presencia de turistas.
2. Identificar el cambio a nivel cultural que se da por la presencia de los turistas en el Centro poblado de Llachon- Capachica.
3. Determinar aspectos de orden en la Gestión del turismo rural del Centro poblado de Llachon para fortalecer la identidad cultural y calidad de vida de la población.

## CAPITULO II

### REVISION DE LITERATURA

#### 2.1. ANTECEDENTES:

##### 2.1.1. A nivel international

“Los impactos socioculturales del turismo son consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes y puede afectar a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura tradicional, etc.” (Quintero Santos, 2004). Como todo proceso de intercambio cultural y social, existen aspectos positivos y negativos. En lo positivo se resalta que: el turismo indígena ha elevado los niveles de ocupación en las comunidades, las personas que participan en actividades turísticas cuentan con mejores habilidades que de alguna manera los hace más competitivos, los ingresos individuales son mejor distribuidos en la comunidad y en consecuencia hay más servicios, se observa mejor organización de las comunidades orientadas a dar un mejor servicio, se imparten talleres de capacitación.

Como aspectos negativos resalta el tema de la tenencia de la tierra donde existen los atractivos puede ser motivo de conflictos, en contraposición de poseer un espacio de atractivo turístico, algunas comunidades tienen profundos problemas de analfabetismo y salud pública, en ocasiones las altas inversiones no permiten a las comunidades desarrollar sus proyectos como tendrían que hacerlo, esto hace que solo se queden en meros intentos, las familias o personas que no son parte del proyecto turístico a veces imponen barreras hacia el propio desarrollo de los proyectos, a veces la falta de



conocimiento profesional hace que los proyectos de turismo rural no prosperen, faltan espacios para alimentación y hospedaje en las comunidades, falta liderazgo que lleve al desarrollo los proyectos de turismo, algunas veces las relaciones laborales en las comunidades no son debidamente planeadas y provocan desajustes el interior de la comunidad. En suma, “los impactos sociales pueden ser considerados como los cambios en la calidad de vida de los residentes de un destino turístico que son consecuencia del turismo de cualquier tipo en ese destino” (OMT, 2017).

El turismo rural ha sufrido una importante evolución desde sus orígenes tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo influenciado por numerosos cambios en la demanda de los destinos, cambios socioculturales y demográficos que han hecho del turismo rural un producto turístico nuevo y diferente de aquel inicial.

Las comunidades receptoras habrán de establecer, con el debido asesoramiento, la capacidad de acogida de turistas y los límites de tolerancia que están dispuestas a aceptar, precautelando los impactos sociales, culturales y ambientales negativos. Los operadores de turismo acatarán esas decisiones. La actividad turística buscará valorar las tradiciones culinarias de los pueblos autóctonos; no podrá exigirse de ellos que ofrezcan regularmente platos de la cocina internacional. Las comunidades, por su parte, cumplirán con las condiciones de calidad e higiene.

Al caracterizar el espacio rural, no podemos dejar el espacio turístico, que es ante todo una imagen que se crean los turistas y que ofrecen los operadores de servicios, imagen que perciben con inquietud los turistas y con sorpresa las poblaciones autóctonas (Miossec, 1992) por ello debe destacarse que la imagen turística de los espacios rurales se fundamenta en la pervivencia de los rasgos tradicionalmente asociados con el mundo rural y fácilmente identificables en los mensajes promocionales propios de este tipo de

turismo.

- Predominio de los natural paisajes poco transformados, lejos de la artificialidad urbana
- Predominio de la actividad agraria sobre cualquier otra productiva
- Núcleos de población pequeños
- Aislamiento por déficit de infraestructura de comunicaciones
- Homogeneidad de hábitos sociales y cambios sociales lentos
- Pervivencia de manifestaciones culturales ancestrales

No obstante, la realidad no responde a este estereotipo. El turismo se inserta en unos espacios rurales de complejidad creciente y de gran diversidad.

Las transformaciones de los espacios rurales tradicionales no pueden entenderse como idénticas, de acuerdo a la heterogeneidad de los espacios rurales tradicionales, las diferencias cualitativas y de magnitud de los procesos de transformación que han confluído en ellos, y la dispar secuencia temporal de los cambios, la organización actual de cada espacio rural obedece al modelo socioeconómico dominante, a la estructura de los núcleos de poblamiento, formas de cultivo. Densidad, flujos de desarrollo con otro espacio rurales o con núcleos urbanos inmediatos (Molinero, 1990).

No obstante, existen elementos de carácter estructural comunes a los procesos de transformación. La evolución de los espacios rurales está directamente ligada a la agricultura como actividad económica predominante, pero también a procesos económicos sociales de signo externo que inciden de manera notable en los espacios

rurales.

Estos se ven ligados a sustanciales transformaciones a causa de la evolución cambiante de la estructura económica general que, siempre había sido determinante en los espacios rurales, ahora con la globalización de la economía en todos los aspectos marcara el ritmo de la evolución de los espacios.

Condicionantes de tipo geográfico y económico originaron sociedades rurales resistentes al cambio sociocultural, depositarias de valores y manifestaciones culturales tradicionales, que podrían conceptuarse como reservas culturales con identidad fuertemente definida.

Mónica Pérez de las Heras, Afirma que el turismo rural es un modelo más sostenible que el modelo de sol y playa, ya que mientras el segundo es un turismo masificado el primero es más bien de minorías que buscan una calidad de vida, nivel de reposo y descanso que no van a encontrar en la primera modalidad. Además, el consumo de recursos generados por el turismo rural, tanto en términos relativos como absolutos en mucho más reducido que en los modelos tradicionales, basados en una estrategia consumista.

A nivel internacional, Trenti (2008), “impactos receptores en Carlos Keen”, ha efectuado un análisis sobre los impactos del turismo que puede generar en un área receptora, el eje de estudio siempre es el turista, por el lado de la comunidad siempre se genera la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, por el lado del grupo de visitantes aparece el interés por la cultura la cual ha generado nuevas modalidades entre las cuales tenemos el turismo cultural y se considera que el continuar desarrollando la actividad turística tendría amplias potencialidades para mejorar la economía local y la calidad de vida de los residentes de Carlos Keen, sobre todo en zonas rurales.

En la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas (Nueva York, septiembre 2000), todos los estados miembros se comprometieron conjuntamente a realizar acciones para avanzar en las sendas de la paz y el desarrollo humano. La Declaración del Milenio, entre otros muchos elementos, derivó en la aprobación de 8 Objetivos de Desarrollo del Milenio:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Si bien los efectos son teóricamente más controlables en destinos de pequeña escala, por su menor grado de complejidad, no obstante, la experiencia demuestra que los impactos no dependen de la escala de las operaciones ni de las “marcas”, muchas veces engañosas que se emplean, sino de los modos de gestión que se aplican.

Es ampliamente reconocido que los visitantes tienen una gran responsabilidad con la sostenibilidad del destino, a través de los efectos que inducen en el medio ambiente local, en la cultura y los modos de vida de las sociedades receptoras. La elección del destino vacacional y los medios de transporte, sus actitudes y comportamientos, las actividades que eligen o dejan de elegir, son variables que entran en línea de juego, tratándose de los

efectos del turismo en la comunidad visitada.

El proceso que han vivido algunos destinos, al observar cómo progresivamente el turismo deviene una actividad invasora y avasallante, provocando reacciones y efectos negativos en una comunidad anfitriona. Las etapas de este proceso pueden ser caracterizadas de la siguiente manera.

- a) Llegan los primeros turistas Encuentran hospitalidad y amabilidad en la comunidad anfitriona, y disfrutan de los atractivos naturales y culturales de la zona.
- b) Los visitantes causan pocos efectos, pues las relaciones de intercambio comercial e interpersonal son débiles.
- c) Se incrementa el contingente de turistas. Se esparce la noticia de la hospitalidad de la población local, su cultura exótica y la calidad de los atractivos turísticos.
- d) Los turistas comienzan a comprar artículos artesanales, alimentos o vestimenta de fabricación local; ofrecen golosinas y regalos a los niños.
- e) El flujo turístico se vuelve regular. Se adaptan o construyen alojamientos, se traen alimentos de fuera para satisfacer el consumo del turista. Los niños se habitúan a pedir golosinas y otros regalos.
- f) Se usa cada vez más los recursos energéticos naturales (madera y combustibles) para cocinar y proveer luz y refrigeración a los turistas.
- g) Se inicia el aprendizaje y uso del inglés turístico y de otros idiomas extranjeros.

- h) El turismo se intensifica sostenidamente. Se construyen hoteles y el lugar depende cada vez más del gasto de los turistas. Los niños se han habituado a pedir dinero y ropa, y a veces son tentados por los turistas con solicitudes sexuales.
- i) El consumo de energía y agua ejerce una fuerte presión sobre los recursos del entorno, en particular sobre los bosques locales. Las descargas de las cloacas, la producción y eliminación de basura se convierten en un serio problema de gestión local.
- j) Se importan crecientemente alimentos, bebidas y otros enseres de fuera de la zona o del país para satisfacer las exigencias de los turistas.
- k) El turismo domina a la población local, El paisaje urbano o rural ha sido profundamente modificado; la economía y la comunidad dependen considerablemente del turismo.
- l) Los miembros de la comunidad, incluyendo niños y adolescentes, se vuelven más agresivos en su trato con los turistas. Con la llegada de cierta categoría de turistas, puede incrementarse la prostitución y establecerse el tráfico y consumo de drogas.
- m) Los estilos de vida tradicional y los patrones de trabajo se han transformado sustancialmente.
- n) El medio ambiente se ha degradado y la cultura local se ha vuelto un instrumento al servicio del turismo.
- o) Los operadores de viajes y los turistas empiezan a buscar nuevos destinos que ofrezcan atractivos novedosos y entornos más conservados, exportando el

problema a nuevos sitios, donde el ciclo de conquista y depredación se reedita.

(OIT .79)

El objetivo primordial del turismo es contribuir a concretar las aspiraciones de las comunidades a prosperar y a vivir dignamente, mejorando sus condiciones de vida y de trabajo. Para que el turismo sea una fuente de bienestar, las comunidades deben participar en la justa distribución de los beneficios que se generen, en función de sus aportaciones específicas al producto. La empresa comunal busca su viabilidad económica a la par de una alta rentabilidad social, cultural y ambiental.

Los gobiernos deben reconocer, fortalecer y promover los derechos colectivos las comunidades campesinas, en particular, protegiendo la propiedad y la posesión de sus tierras y territorios, fuente de identidad, espiritualidad y sustento material.

Las comunidades deben ser las principales beneficiarias de las operaciones turísticas que se desarrollen en sus territorios; toda opción de negocios tendrá por finalidad mejorar el bienestar de sus miembros, fortalecer sus instituciones y valorar su patrimonio cultural, social y natural.

### **2.1.2. A nivel nacional**

El Turismo Rural Comunitario se nutre de, y promueve, la permanencia de la asociatividad vinculada a formas de organización social ancestrales. La ruralidad peruana cuenta con elementos que permiten la mantención de estas formas de organización, estos elementos son por ejemplo, el manejo de los recursos naturales y bienes comunes como el agua o extensiones de terreno de uso comunitario para actividades agropecuarias a los cual se suma hoy como elemento de una nueva ruralidad, el turismo.

Así también, el Turismo Rural Comunitario es un medio de mejora del hábitat comunitario pues, muchas veces a razón de él, se dota de infraestructura y servicios (por ejemplo, carreteras, transporte público, servicios básicos y públicos, etc.) a los pueblos soporte, contribuyendo así a mejorar el nivel de vida de la población local. Además, el Turismo Rural Comunitario puede promover oportunidades de participación de mujeres, jóvenes e inclusive ancianos que por lo general no encuentran espacios de participación y protagonismo en la vida comunal.

En vista de la importancia que dan los visitantes a la cultura y tradiciones locales, el Turismo Rural Comunitario Contribuye al fortalecimiento de la identidad local, regional y nacional pues permite visualizar el valor, expresado en el respeto y la admiración de los visitantes, de la cultura local. Así mismo permite que los propios connacionales conozcan y valoren (in situ) la pluriculturalidad, el multilingüismo y la biodiversidad de nuestro país como parte del proceso educativo que requiere nuestra sociedad. Por último, el Turismo Rural Comunitario permite la investigación y el aprendizaje en todos los campos técnico académicos relacionados al medio rural y la cultura local lo cual contribuye a darles el valor especial de aporte a la sociedad y su desarrollo

Vásquez (2002),” Impacto económico del turismo en Cajamarca”, se analiza el equilibrio parcial del mercado turístico de Cajamarca en él se identifica la problemática de la oferta y la demanda procurando establecer las externalidades tanto positiva como negativas que el turismo genera, la influencia del turismo en la estabilidad de precios y lo principales elementos para estimular u obstaculizar su desarrollo.

Las experiencias de desarrollo de Turismo Rural Comunitario surgidas a la fecha en el Perú, se han dado por iniciativa, en su mayoría, de emprendedores que identificaron oportunidades de negocio para atender una incipiente demanda, así como proyectos



desarrollados en los últimos años con el apoyo de organizaciones de cooperación al desarrollo, empresas privadas y personas emprendedoras.

Estos emprendimientos surgieron y se desarrollaron con éxito en algunos casos, y en otros con resultados negativos principalmente porque se omitieron algunos principios básicos para el desarrollo de la actividad turística, Los principales elementos que confluyen y aportan indicios que fundamenten el desarrollo del turismo en el ámbito rural y con la participación de las comunidades, son por un lado, la existencia de amplios espacios rurales con características idóneas, nutridos de recursos culturales y naturales diversos e importantes, y por otro lado, los cambios en las necesidades y preferencias de los habitantes de las ciudades, orientados hacia una revalorización de las culturas tradicionales y un interés creciente por el medio ambiente.

De acuerdo a las tendencias, y en concreto a los cambios en las necesidades de la demanda, es donde encaja el progresivo desarrollo de una serie de oportunidades para el turismo vinculado a los espacios rurales importantes, que, en nuestro país al poseer un territorio vasto y predominantemente rural, se encuentran presentes en casi todas las regiones que lo conforman.

El deterioro del medio natural y la pérdida de identidad cultural, causadas en parte por una falta de concienciación del sector turístico, como efecto ha llevado en los últimos años a una progresiva valoración del medio ambiente, que no sólo ha dado lugar a una corriente innovadora del turismo, sino también a la necesidad de que instalaciones, productos, y destinos turísticos así como las prácticas en su concepción y desarrollo tengan determinados componentes ambientales, que cada vez se identifican más con la calidad turística.

El desarrollo de estas tendencias ha hecho que lo rural, en sus diferentes versiones, se desarrolle como nunca lo había hecho antes, esperando y exigiendo quienes lo practican una mejor calidad de los productos. Así, el rasgo distintivo de los productos del turismo rural comunitario es 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 la vida de la población local.

En cuanto al sector Turismo , el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR tiene como Misión “Organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística del Perú mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población y garantizando la valoración y conservación del patrimonio nacional histórico, natural y cultural” y como Objetivo General “Alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú.” Los Objetivos Específicos del PENTUR son:

Objetivo 1: Promover la cultura turística y la seguridad al visitante.

Objetivo 2: Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible.

Objetivo 3: Promocionar una demanda sostenida del turismo.

Objetivo 4: Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística.

“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 un componente clave del producto”.

El Turismo Rural Comunitario se nutre de, y promueve, la permanencia de la asociatividad vinculada a formas de organización social ancestrales. La ruralidad peruana cuenta con elementos que permiten la mantención de estas formas de organización, estos elementos son, por ejemplo, el manejo de los recursos naturales y bienes comunes como el agua o extensiones de terreno de uso comunitario para actividades agropecuarias a los cual se suma hoy como elemento de una nueva ruralidad, el turismo.

Así también, el Turismo Rural Comunitario es un medio de mejora del hábitat comunitario pues, muchas veces a razón de él, se dota de infraestructura y servicios (por ejemplo, carreteras, transporte público, servicios básicos y públicos, etc.) a los pueblos soporte, contribuyendo así a mejorar el nivel de vida de la población local. Además, el Turismo Rural Comunitario puede promover oportunidades de participación de mujeres, jóvenes e inclusive ancianos que por lo general no encuentran espacios de participación y protagonismo en la vida comunal.

En vista de la importancia que dan los visitantes a la cultura y tradiciones locales, el Turismo Rural Comunitario tiene un papel fundamental en la conservación y recuperación a largo plazo de los elementos que las componen, (gastronomía, artesanía, folclor, costumbres, actividades tradicionales, etc.) sin ninguna imposición sino por iniciativa de, y en concertación con, las comunidades. Contribuye al fortalecimiento de la identidad local, regional y nacional pues permite visualizar el valor, expresado en el respeto y la admiración de los visitantes, de la cultura local. Así mismo permite que los propios connacionales conozcan y valoren (in situ) la pluriculturalidad, el multilingüismo y la biodiversidad de nuestro país como parte del proceso educativo que requiere nuestra sociedad. Por último, el Turismo Rural Comunitario permite la investigación y el aprendizaje en todos los campos técnico académicos relacionados al medio rural y la

cultura local lo cual contribuye a darles el valor especial de aporte a la sociedad y su desarrollo.

Para La Gestión Del turismo Rural, Existen condiciones como:

- Existencia de elementos, vinculados al medio rural y sus componentes culturales y naturales, capaces de generar un interés en el visitante.
- Entendimiento del turismo como una actividad económica complementaria a las actividades tradicionales del ámbito rural.
- Liderazgo, participación, conocimiento e involucramiento, directo e indirecto, de la población local en el desarrollo de la oferta y la operación comercial.
- Voluntad de desarrollar turismo y conocimiento pleno de los beneficios y riesgos que esta actividad acarrea por parte de la comunidad.
- Previsiones que permitan minimizar riesgos e impactos negativos sobre el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.
- Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio.
- Existencia de servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, desarrollo de actividades complementarias actuales y/o potenciales, adecuados al contexto local natural y cultural.
- Productos basados en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades asociadas a su medio.

- Cobertura de las necesidades reales o potenciales de la demanda en el mercado, sin desnaturalizar por ello su identidad y valor intrínseco del emprendimiento y su entorno.
- Interés real o potencial de socios –responsables- que contribuyan y/o aporten a la comercialización de los productos y servicios de Turismo Rural Comunitario y promuevan alianzas con las comunidades en buenos términos de negociación.
- La gestión. - Elemento preponderante en la definición de un emprendimiento rural comunitario. La participación de la comunidad en la gestión y operación de los emprendimientos de Turismo Rural Comunitario deberá estar considerada, pudiendo estar ser directa y unitaria (organización asociativa comunitaria) o directa múltiple, en alianza estratégica con otros actores (Gobiernos locales, ONG y Cooperación Internacional, Empresas Privadas, etc.) que cuenten con objetivos afines y/o complementarios.

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

Se conoce que el turismo se desarrolla principalmente en escenarios naturales y en el caso de zonas urbanas comprende recursos culturales, cuya vulnerabilidad ante la afluencia masiva de visitantes es muy alta. A decir de muchos especialistas, "la relación turismo -

medio ambiente natural es de gran importancia, en esta actividad la naturaleza constituye la materia prima" (Van de Menee Ruschmann, 1992).

La generación de estos impactos se debe a la acción de los mismos turistas o por los requerimientos que demanda el desarrollo de la misma actividad. Para Blanco (1998), el nivel de los impactos que producen los visitantes está relacionado directamente con distintas variables:

- Duración de la visita
- Época del año considerada
- Tipología y comportamiento del usuario
- Distribución de los usuarios por el área protegida
- Fragilidad ecológica del ambiente considerado
- Medidas de gestión y restauración que los gestores deciden aplicar.

**Ventajas y desventajas de los Impactos socio culturales**, una de las ventajas es el Rescate de los monumentos coloniales, la Difusión de la música folklórica, la Mejora del nivel del conocimiento de lo autóctono en el aspecto cultural y social para ofertarlo al turista, el Incremento del número de personas que aprenden otros idiomas (alemán, italiano, inglés) y como desventajas tenemos la Transculturación, la Delincuencia en general, las Enfermedades y vicios (prostitución, alcoholismo y drogadicción) , Pérdida de la identidad nacional. Pérdida del uso de los lenguajes y dialectos nativos (quechua, aymara)

Impactos generados por restaurantes en espacios turísticos, La alimentación es un aspecto

vital en la actividad turística e implica una cadena de actividades que se asocian al efecto multiplicador del turismo. Es también un aspecto muy sensible a los impactos. Por ejemplo, en determinados lugares y establecimientos la mayor parte de los insumos que se usan para preparar la comida que consume el turista es importada, marcando la postergación de la producción local. En las denominadas "temporadas altas", muchos destinos turísticos se encuentran con problemas en el abastecimiento de insumos para comida, lo cual afecta tanto a locales como a visitantes.

El turismo como fenómeno social implica la generación de nuevas fuentes de empleo, competencias técnicas para el recurso humano y bienestar para los hogares residentes. No obstante, también irrumpe en los modos de vida, las instituciones y relaciones sociales de las poblaciones anfitrionas, trastocando los equilibrios y la cohesión social preexistentes. Los flujos migratorios estimulados por las inversiones turísticas suelen generar tensiones y conflictos sociales.

**Efectos positivos Beneficios y costos sociales** derivados del turismo (Beneficios potenciales), Oportunidades de empleo alternativo para personas que se encuentran desempleadas o sub ocupadas en actividades poco remuneradas. Empleo directo generado en los establecimientos turísticos. Empleo indirecto creado en las empresas proveedoras de bienes y servicios de apoyo a los establecimientos turísticos. Empleo inducido por el gasto de los residentes y hogares con los ingresos procedentes del turismo. Formación y capacitación de recursos humanos tanto para operar como para administrar negocios locales. Mejora del bienestar de los hogares residentes por el acceso a servicios, instalaciones, infraestructura y equipamiento turísticos. Contribución a un mejor equilibrio regional por la distribución del empleo en el territorio nacional. Efectos benéficos para zonas remotas con escasas oportunidades de empleo y poco atendidas por

programas de desarrollo.

### **2.1.3. A nivel local**

Chavez T, (2013) en su obra: “Análisis de los impactos del turismo rural comunitario en Luquina Chico y Karina” identifica los efectos que está causando el desarrollo del turismo rural comunitario en lo económico, sociocultural y ambiental proponiendo circuitos que permitan diversificar la oferta de la región sin alterar las costumbres y tradiciones de estas comunidades y mucho menos causar estragos ambientales.

Sánchez, (2016) en su tesis impacto socioculturales del turismo rural comunitario en Pucara, trata de los impactos que influyen en la cultura de la población y conservación de los lugares turísticos, en base a esto poder controlar y aprovechar de mejor manera el beneficio de la actividad y lograr resultados favorables para la población de Pucara siendo necesario la introducción de políticas que controlen los impactos.

Mamani O. (2016) “Impacto socioeconómico del turismo rural en Karina Chucuito”, está orientado a analizar a la población y su comportamiento ante la presencia de turistas, así mismo los efectos que trae consigo el turismo pues este es un medio de intercambio social que puede afectar de manera favorable o desfavorable a la población receptora. El análisis del impacto económico del turismo rural comunitario en la comunidad de Karina indica que el 50% considera estar de acuerdo y manifiesta gracias al turismo la situación económica estable y el 40% está totalmente de acuerdo ya que gracias al turismo las familias reciben un ingreso económico adicional de lo acostumbrado y valoran por la acomodación de sus viviendas, debidamente equipadas para el servicio de alojamiento y alimentación para turistas, resultado de ello les genera empleo en un 90% debido a la gestión de sus propios emprendimientos rurales para el trabajo familiar.



## 2.2. MARCO TEÓRICO:

### 2.2.1. Desde el enfoque de la Teoría Sociológica

E. Durkheim, con su noción de representaciones colectivas o su distinción entre sacro y profano como categorías de configuración del mundo social o M. Weber con su noción de acción social con sentido y el análisis del espíritu del capitalismo como eje de la formación del mismo, atribuían un lugar central a los aspectos significativos y simbólicos en la construcción de lo social. Sin embargo, el análisis de estos aspectos ha tenido un carácter más bien marginal en los análisis sociológicos. Una de las razones de ello es la ambigüedad que ha tenido el concepto mismo cultura y el status ambivalente de la misma en la investigación social. Desde los años sesenta, no obstante, con los aportes del estructuralismo simbólico de Levi Strauss, de los estudios de antropología simbólica de C. Geertz, y de los aportes de J. Thompson, se llegó a un cierto consenso respecto a que el eje que definía los fenómenos culturales era el “carácter simbólico” de los mismos, concitando una notable aceptación entre autores procedentes de disciplinas y horizontes teóricos muy diversos (Giménez, 2005).

Desde una concepción socio-simbólica cultura se entiende como el conjunto de representaciones, valores, ideas y significados, o más precisamente, la organización social de pautas de significados “históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (Giménez, 2005:67). En la línea de esta definición, P. Bourdieu, distingue dos grandes dimensiones de cultura. Cultura internalizada, como pautas de significados, creencias, representaciones, significados y valores, y cultura objetivada, como expresiones simbólicas tangibles, tales como edificios, prácticas, rituales u objetos cotidianos, religiosos y artísticos a partir de las

cuales los actores expresan significados. Cada una es indisociable de la otra.

### **2.2.2. La Cultura como Eje del Cambio Social**

Otra tendencia opuesta a la anterior sitúa la cultura como eje del cambio social. Las formas de interpretación y de significación de la realidad social, desde esta tendencia, son una actividad resultado del espíritu libre. La cultura es el espacio de la creatividad, de la autocrítica y la trascendencia, por lo cual, son la esfera donde se desarrolla el cambio social. Desde esta visión, los actores sociales internalizan y perpetúan tradiciones y normas, pero desarrollan también sus propias interpretaciones, generando nuevos sentidos y significaciones sociales. Levi Strauss, citado por Bauman, representante de esta tendencia, entendía la cultura como una estructura de elecciones, una matriz de permutaciones posibles, finitas en número, pero prácticamente incontables. Para él la cultura lejos de ser una jaula, que recorta, trunca y encadena, era una catapulta, una determinante de la libertad, una herramienta de la diversidad, un motor de cambio inacabable, siempre incompleto, una expresión de la libertad humana y de la capacidad creativa del individuo. El poder emancipatorio del individuo, desde esta perspectiva, yacía en las ideas, en la forma como los actores sociales procesan simbólicamente lo social (Bauman, 2002: 46).

Un ejemplo de estas tendencias de investigación es, por ejemplo, los análisis de M. Diani (1998), citado por Bauman, sobre los efectos sociales, económicos y medioambientales de la globalización como expresión de la hegemonía de ciertos valores y principios que se ha extendido a nivel político y social. Para este autor, el cambio social no puede ser sólo como un proceso ligado a un cambio en las estructuras de poder, como se pensaba tradicionalmente, sino además como un proceso resultante de la construcción de nuevos marcos de sentido y valores que buscan contraponer los discursos hegemónicos. Estos

procesos han replanteado al sujeto como actor reflexivo y cognoscente, y clave para incentivar el cambio social. Los Nuevos Movimientos sociales (NMS), plantea Diani (1998), son la expresión de nuevas representaciones sociales sobre viejos problemas, pero también el surgimiento de nuevos actores sociales que colocan sus demandas como un problema de carácter público. Para este autor, los principales aportes de los nuevos movimientos sociales son a nivel simbólico, fundamentalmente en la generación de cambios en las representaciones sociales de la ciudadanía sobre aspectos o ámbitos de la realidad social que antes no se consideraban como problemáticos.

Daniel Mato (1999), en este mismo sentido, describe la importancia que tienen ciertas representaciones sociales globales en la configuración y orientación de las prácticas de actores sociales sociopolíticamente significativos. Ciertas representaciones de la sociedad civil, nos dice este autor, son producidas en el marco de relaciones transnacionales tanto de tipo global-local, como de tipo local, relaciones que inciden en algunas características de dichas representaciones. El análisis de los discursos y prácticas de distintas redes transnacionales permite comprender la forma de circulación de estos discursos. Estas investigaciones han entregado elementos relevantes para comprender el rol que los actores y sus modos de significación juegan en los procesos de apropiación y continuidad de dinámicas globales, así como los diversos marcos políticos, sociales y económicos que los estructuran.

A mi juicio existen, una serie de énfasis y desafíos para el análisis de los aspectos socioculturales en la investigación social que han cobrado especial relevancia en el último tiempo.

Por un lado, demanda recuperar la experiencia de los actores sociales como un aspecto central en la descripción de los procesos sociales, destacando además la importancia del

contexto como marco que otorga sentido a la experiencia. Por otro lado, en un plano colectivo, nos induce a reflexionar sobre el papel de los individuos como actores “pensantes y actuantes” y a la realidad social como una construcción social de ida y vuelta entre los aspectos micros y macros. (D. Jodelet, 2008).

Para el sociólogo culturalista J. Alexander (2000) lo anterior implica que la sociología debe incorporar invariablemente una dimensión cultural, en tanto cualquier acción, ya sea la instrumental o reflexiva, vertida sobre su entorno externo, se encarna en un horizonte de significado (un entorno interno) en relación al cual no puede ser ni instrumental ni reflexiva (Alexander, 2000: 31). Durante bastante tiempo, plantea Touraine citado por Alexander, en esta misma línea (2007), hubo un discurso interpretativo dominante en la sociología que buscó la comprensión y explicación de los fenómenos sociales en lugares exteriores al sujeto (estructura, sistema), afectando como consecuencia los paradigmas de la investigación psicológica y social. Esta orientación significó no sólo la relegación del sujeto como fuente de información, sino también que la sociología se orientó hacia un trabajo parcelado dejando fuera las importantes contribuciones de la psicología, la lingüística, la historia, etc. para describir y comprender la dimensión subjetiva y el sentido y su rol a nivel social. Los análisis de estas y otras disciplinas, nos dice este autor, nos muestran que los actores no son individuos aislados en sus mundos de vida, sino individuos auténticamente sociales; un sujeto que interioriza y se apropia de ciertas representaciones, interviniendo al mismo tiempo en su construcción. Los estudios desarrollados en el campo del análisis cultural, especialmente de las representaciones sociales, toman por objeto a los individuos como participantes activos en redes y contextos sociales, y como sujetos colectivos de naturaleza variada (grupos, comunidades, conjuntos definidos por una categoría social, etcétera).

### 2.2.3. Desde el enfoque Antropológico

La transformación del mundo impactante en todas las ciencias sociales afecta, en su propio núcleo, al método y a la teorización antropológica. Tradicionalmente el antropólogo viajaba, se desplazaba a un remoto lugar y allí encontraba lo que imaginaba ser una cultura prístina, auténtica, anclada en prácticas ancestrales, espacialmente ligada a un territorio concreto potencialmente el mismo que habían habitado los miembros de su propia cultura durante siglos. El panorama ha cambiado radicalmente, si el antropólogo llega al remoto poblado como dirá Appadurai, unos ya se han marchado y otros no saben aun cuando marcharán.

La concepción ideológica del antropólogo tradicional nos presentaba lo que algunos llamarán un nativo encarcelado, encerrado y aislado en su propio ámbito en virtud de unos presupuestos de investigación. El nativo hoy día viaja y mantiene contactos e influencias con los que aún no han viajado. La cultura que parecía estar encerrada en el fondo del valle, la espesura del enclave selvático, el glacial entorno de los pescadores del ártico, se distribuye ahora en una geografía de amplios o planetarios mapas a través de las redes que constituyen las diásporas culturales. Dentro de cualquiera de las ciudades intensamente cosmopolitas puede encontrar cientos de variantes lingüísticas de distintas procedencias geográficas consideradas de una u otra forma como representantes de culturas distintas. Un método elaborado en la concentración de pequeñas poblaciones necesita abrirse a una forma distinta de trabajar. No es sólo, por supuesto, la notable movilidad de los sujetos objeto de estudio, sino la llegada masiva a tantos rincones del mundo de los nuevos medios de comunicación y de las cadenas de marketing de productos y empleos.

La televisión y las distintas maneras de ser entendidas dentro de un mismo país son un buen ejemplo representativo del extraordinario fluir interactivo de ideas, valores y símbolos. Los lenguajes y su analogía cultural bautizada en inglés como creolism y las variantes hispánicas como hibridación exigen al investigador centrar su atención en secuencias, narraciones, perspectivas dinámicas de confrontación y estrategia, como las formas más inmediatas de percibir la realidad cultural que se estudia. Frente al paisaje natal como referente identitario, la idea de ethnoscares hace referencia a la notable variedad de paisajes vividos que pueden contribuir hoy día a la construcción de un sentido étnico.

La corrección, que las propias vidas culturales de las gentes exigen de una tradicional manera de investigar, ha llevado también a replantearse en profundidad si en los tiempos pasados las culturas podían ser también estudiadas como cristalizaciones estáticas y formalizadas, coherentes de alguna forma dentro de los patrones de conducta de la organización simbólica o de la mentalidad de los “nativos” estudiados. La revisión metodológica ha contribuido, en su camino tiempo histórico atrás, al replanteamiento general del concepto de cultura. No ha habido nunca culturas vírgenes, primordiales y auténticas, ni pueblos sin historia, ni tradiciones no inventadas o popularmente incontaminadas de los juegos del poder. La metodología antropológica se había acuñado en la observación participante de una concreta vida cultural en la que el etnógrafo superando el shock cultural se dispone a aprender una nueva cultura, a ser interiormente rebautizado en una forma de vivir. ¿Cuál de las múltiples formas en situaciones heterogéneas y distendidas es la que debe de aprender?

El concepto de cultura, objeto primero de discusiones y en los últimos tiempos incluso de ataques, sigue manteniéndose en pie profundamente depurado. Incluso sus más duros críticos dentro de la Antropología, suelen considerarlo necesario en alguna de sus versiones. Las más actuales o vanguardistas tratan de evitar su posible confusión con la vieja idea de las unidades culturales.

Dirá Trouillot: la cultura como la economía es una manera de mirar hacia las poblaciones; o para Sherry Ortner: la cultura es el medio de entender los mundos imaginativos dentro de los cuales los actores operan las formas de poder y acción que ellos son capaces de construir, los deseos que son capaces de (Clifford, 1986) dar forma. La cultura, por tanto, es entendida no como una realidad en sí, sino como una manera de mirar. Para otros, han surgido diversos conceptos que pueden ser aprovechados como sustitutos cercanos, recreados, del concepto de cultura. Tal es el caso del habitus de Bourdieu en combinación con la practice. La hegemonía de Gramsci y sus diversas versiones posteriores pueden jugar también un papel cercano. Pueden utilizarse conjuntos de conceptos como ensamblajes y articulaciones. Un concepto especialmente dotado como posible sustituto en sus funciones, sería el de subjectivity que la propia Ortner, relacionará con la temprana teoría geertziana de la cultura subjectivity-oriented relacionado con la conciencia histórica y cultural que nos permite “agudas preguntas acerca de la formación cultural de las subjetividades dentro de un mundo de desigualdades salvajes en las relaciones de poder y sobre las complejidades de estas subjetividades personales dentro del mundo”.

En una obra reciente titulada *Designs for an Anthropology of the Contemporary* encontramos una elaborada justificación del empleo del concepto de cultura utilizado como adjetivo (cultural) en vez de sustantivo. Se trata de un diálogo con cuatro participantes dos de ellos, Paul Rabinow y George Marcus, destacados protagonistas del

Writing Culture y del desarrollo de la Antropología Reflexiva y los otros dos profesores, antiguos discípulos suyos, James Faubion y Tobias Rees.

Al cambiar el sustantivo por el adjetivo se pierde la connotación tradicional e inmediata a las unidades holísticas discretas que se tratan de superar. Lo cultural es entendido como una “dimensión constitutiva de la vida humana, como uno de los planos un plano abierto ciertamente del cual está siempre compuesta”. El adjetivo cultural cobra para estos autores una dirección claramente semiótica. Un plano susceptible de “análisis y diagnósticos semióticos tropos, géneros discursivos, modos retóricos y efectos retóricos, esquemas orientativos y sistemas de presunciones. “Es por otra parte la característica específica y significativa del trabajo de campo etnográfico. Se trata de una etnografía típicamente cultural. Piensan que no estudiamos islas de cultura “en mi caso dirá Rees- estudiamos racionalidades o tecnologías emergentes. Y estas están localizadas en concretos lugares y hay algo significativo sobre ellos, un aspecto local que es importante”.

En definitiva, la etnografía como acción social nos permite desvelar un surplus de significación a la hora de comprender la vida humana. Es una forma intensamente cultural de investigar y de entender culturalmente a los otros. Es una reflexión continuada capaz de hacernos sentir distintos, al mismo tiempo que comprender cálidamente la multitud de analogías. Es así la Antropología una ciencia de distancias, que distingue la intimidad, al mismo tiempo que los amplios horizontes, en los pequeños fragmentos intensamente vividos y contemplados de la cercanía humana.

#### **2.2.4. El turismo como fenómeno cultural**

Estimula el florecimiento de un amplio espectro de actividades artísticas y servicios culturales, así como la edificación de instalaciones para el esparcimiento y la recreación.



El intercambio entre personas provenientes de culturas diversas es fuente de enriquecimiento mutuo. Sin embargo, el desarrollo del turismo ha significado también, para una multitud de comunidades locales, el deterioro de su patrimonio histórico, la pérdida y la adulteración de sus valores culturales, o su reemplazo por otros ajenos a sus usos y costumbres tradicionales, (Perez,2003).

### **2.2.5. Efectos positivos del turismo rural**

Preservación, restauración y rehabilitación de edificios, sitios, monumentos y obras históricas. Revitalización de formas de arte tradicional: música, danza, pintura, escultura, teatro, literatura, etc. Reactivación y desarrollo de tradiciones locales: artesanía, ritos festivos, celebraciones religiosas, gastronomía y folklore. Rescate de lenguas y dialectos vernáculos y de la cultura oral. Valoración de conocimientos colectivos tradicionales y tecnologías aplicados a la producción, la alimentación y la salud. Fortalecimiento del patrimonio histórico, la identidad cultural y la estima colectiva que potencian el atractivo turístico del destino. Creación de museos y centros de exposición de interés cultural. Enriquecimiento del intercambio intercultural entre visitantes y residentes, gracias a experiencias basadas en el respeto mutuo, la tolerancia y la comprensión. Beneficios indirectos obtenidos por los pobladores locales gracias al acceso a instalaciones, equipamiento y actividades culturales fomentadas por el turismo. Adopción y aplicación de normas y reglamentos restringiendo el número de visitantes para prevenir daños de sitios arqueológicos, monumentos históricos y obras de arte (capacidad de acogida). (Freira, 2003)

### **2.2.6. Efectos negativos del turismo rural**

Deterioro de sitios históricos y monumentos arqueológicos por el tráfico peatonal y la

polución vehicular. Daños causados a obras de arte por el excesivo tráfico humano. Saturación y deterioro de algunos destinos turísticos debido a la poca diversificación de la oferta nacional, regional o local. Mercantilización de las manifestaciones culturales locales, despojándolas de su verdadera significación y autenticidad, bajo presiones de tour operadores para satisfacer a su clientela. Saqueo o tráfico ilegal de piezas arqueológicas y obras de arte. Cambios irreversibles en la forma de vida, los valores culturales y patrones de consumo de la comunidad local, al adoptar comportamientos imitativos de los turistas (aculturación).

Desplazamiento de las comunidades nativas o de la población residente de su hábitat originario, debido a la expropiación o a la venta de sus tierras, bajo presiones de autoridades locales o nacionales, a favor de promotores inmobiliarios. Choques culturales y comportamientos de rechazo de los residentes hacia los turistas foráneos, con poca disposición a integrarse en la sociedad local. (Freira, 2003)

### **2.2.7. Los efectos negativos se muestran:**

- **(Costos potenciales)** Creación de puestos de trabajo inestables
- **(Ocupación a tiempo parcial y estacional)** y precarios
- **(Salarios, condiciones de empleo y trabajo inferiores a los de otros sectores).**
- Dificultades de los trabajadores mayormente jóvenes y mujeres a aspirar a una carrera profesional.
- Creciente subcontratación de servicios y pérdida de empleos estables en algunas actividades.
- Difícil acceso del personal local a puestos de trabajo con altos sueldos, calificaciones

y responsabilidades en empresa extranjera.

- Cambios inducidos en las estructuras organizacionales y en los roles sociales tradicionales para adaptarse a las exigencias del mercado turístico.
- Fomento de las migraciones atraídas por las nuevas fuentes de empleo y las inversiones turísticas.
- Pérdida de la tranquilidad de los residentes por congestión de tráfico y de personas, e incremento del ruido.
- Pérdida de la seguridad

La actividad turística fomenta, por definición, encuentros entre personas de diferentes bagajes culturales y socioeconómicos, es decir, entre la población residente y los visitantes foráneos o nacionales. Los impactos sociales y culturales que se derivan de dichas interrelaciones dependen de varios factores; entre los más influyentes se anotan:

- El número de turistas.
- La duración y frecuencia de su estadía.
- Sus características socioculturales y comportamiento en el destino.
- El grado de intensidad de las relaciones entre la población local y los turistas.
- La planificación del producto turístico, particularmente de la forma como se conciben y organizan las actividades en el destino.
- El modo de gestión global de los recursos, incluyendo acciones de monitoreo y evaluación de los efectos inducidos. La pérdida de control de estos factores, como es

el caso del turismo de masas, ha infringido grandes daños a la naturaleza y la cultura de las comunidades anfitrionas.

**El espíritu de solidaridad y el respeto mutuo entre las comunidades anfitrionas y los turistas huéspedes** son valores fundamentales para alcanzar un desarrollo humano con dignidad. Los visitantes han de respetar la diversidad de los modos de vida de las comunidades y éstas han de facilitar encuentros interculturales que se traduzcan en experiencias de calidad y mutuo enriquecimiento. Las comunidades anfitrionas necesitan estar informadas de sus derechos económicos, sociales y laborales, y los darán a conocer a los operadores de turismo, a fin de evitar cualquier trato discriminatorio. (MINCETUR 2008)

#### **2.2.8. Conceptos utilizados:**

**Ecoturismo:** Turismo de bajo impacto en áreas naturales. Los visitantes buscan un contacto más estrecho con la naturaleza, poseen gran interés por apreciar paisajes y formaciones vegetales asociadas a fauna de carácter autóctono y virgen (Pérez, 2003).

**Agroturismo:** Turismo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones campesinas (PROMPERU)

**Turismo Aventura:** Experiencias deportivas con alta sensación de riesgo en ambientes naturales y humanizados. Turismo activo con amplia gama de variantes y especialidades (Martínez, 2004).

**Etnoturismo:** Vinculación de huéspedes con comunidades indígenas para conocer el modo de vida tradicional de estos grupos, culturas distintas y casi olvidadas (Pérez, 2003).

**Recurso Turístico:** “Son todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”. O.M.T (Organización Mundial del Turismo).

Existen varios sistemas de clasificación de recursos turísticos entre los cuales cabe destacar el propuesto por CICATUR – OEA (1979) que establece las siguientes categorías:

- Sitios Naturales
  
- Museos y Manifestaciones culturales
  
- Acontecimientos Programados
  
- Folklore
  
- Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas contemporáneas.

**Oferta de alojamiento:** La oferta de alojamiento es fundamental para lograr la permanencia confortable de las corrientes turísticas que llegan a un determinado destino. Los alojamientos turísticos rurales pueden adoptar diferentes aspectos, desde los más sencillos hasta los más sofisticados, éstos pueden variar según la disponibilidad de los propietarios, el tipo de clientes, las actividades que se ofrecen (OMT)

**Casa Rural:** Alojamiento en habitaciones en viviendas ubicadas en núcleos urbanos-rurales, habitadas por sus propietarios. En la mayoría de los casos ofrece el servicio de alojamiento y desayuno, es frecuente que existan servicios o espacios comunes (comedor, sala de estar, baños, etc.). La mayoría de las veces esta actividad se realiza como complemento a los ingresos económicos del núcleo familiar (OMT)

**Oferta de alimentación o Restauración:** En la mayoría de los países de Europa no existe una modalidad específica que defina a la restauración en el turismo rural, por lo que se habla de pequeños restaurantes y tabernas que ofrecen al público la posibilidad de degustar productos y especialidades locales, así como platos de elaboración tradicional siguiendo recetas ancestrales y las fórmulas de la cocina preparada para el consumo familiar. (Wearing, 2000)

**Oferta de Esparcimiento:** Este tipo de oferta surge como complemento indispensable de la estadía de los turistas y además como una forma de agregar valor a los recursos naturales y culturales existentes en el entorno. (Pérez, 2003)

**Actividades de Naturaleza:** Senderismo, bicicletas, equitación, caminatas, trekking, rafting, etc. (Wearing, 2000)

**Actividades Culturales:** Visitas a elementos patrimoniales, arquitectura tradicional conjuntos etnográficos, visitas a pueblos, participación en ferias, fiestas, etc.

El Turismo cultural es una actividad consistente en viajar fuera de tu entorno habitual cuyo motivo principal es el de conocer elementos distintivos, ya sea espirituales o materiales, que caracterizan a una sociedad en un destino determinado Hay dos manifestaciones diferentes de este tipo de turismo, la primera es el patrimonio tangible: elementos materiales que los pueblos elaboran a lo largo de su historia y que pueden ser observados y tocados. El segundo es el patrimonio intangible: valores no materiales que forman parte del acervo cultural de cada pueblo como leyendas, historias, tradiciones, fiestas, música, entre otras. (OMT)

**Transculturación:** Es un fenómeno que ocurre cuando un grupo social recibe y adopta las formas culturales que provienen de otro grupo, la comunidad por lo tanto termina

sustituyendo en mayor o menor medida sus propias prácticas culturales. El concepto fue desarrollado en el campo antropológico por el antropólogo Fernando Ortiz Fernández en 1881-1969 señalado como el responsable de acuñar la noción en el marco de los estudios sobre contacto cultural entre distintos grupos.

**Aculturación:** Es el nombre que recibe un proceso que implica la recepción asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro de esta forma un pueblo adquiere una filosofía tradicional diferente a la suya o incorpora determinados aspectos de la cultura descubierta, usualmente en detrimento de las propias bases culturales (Ortiz, 1969)

**Alienación:** Se denomina el **proceso mediante el cual un individuo se convierte en alguien ajeno a sí mismo**, que se extraña, que ha perdido el control sobre sí. De allí que alienación sea también **sinónimo de enajenación**, que significa estar fuera de sí, perder el control de sí mismo. La palabra, como tal, proviene del latín *alienatō*, *alienatiōnis*, que significa ‘acción y efecto de alienar’. En este sentido, la alienación es un proceso de transformación de conciencia que se puede dar tanto en una persona como en una colectividad. Como producto de la alienación, las personas se comportan de manera contraria a aquello que se esperaba de ellas por su condición o su naturaleza. (Ortiz, 1969)

En el Perú según **MINCETUR**, Se interviene en 76 emprendimientos, en 16 regiones del país (San Martín, Amazonas, Cajamarca, Loreto, Lambayeque, La Libertad, Áncash, Ucayali, Pasco, Lima, Ayacucho, Apurímac, Puno, Madre de Dios, Cusco, y Arequipa).

1. Se genera un aporte de 12% como incremento de la empleabilidad en Turismo en zonas rurales; predominantemente por la incorporación de la mujer en el manejo de los negocios.

2. Se genera un ingreso complementario mensual de S/.53.00 por familia.
3. Cerca de 100 mil visitantes extranjeros hacen turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base comunitaria.
4. Hubo un 18% de crecimiento anual en flujo de visitantes y 13% crecimiento económico anual.
5. Se generaron 7 millones de Nuevos Soles como aporte del Turismo a la economía rural.



## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y METODOS

#### 3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

El área de estudio es el centro poblado de Llachón, en sus inicios fue un Ayllu, denominado “Dulce Nombre de Jesús” posteriormente como Agencia Municipal un 22 de enero de 1977 y en la actualidad como Centro Poblado Llachón en el último censo muestra una población de 911 habitantes (censo 2007), Llachón, es una de las 16 comunidades que conforman el Distrito de Capachica, siendo este uno de los lugares turísticos más resaltantes del Distrito, se encuentra en la península de Capachica,

Llachón, es un lugar propicio, para desarrollar el Turismo Rural Comunitario, debido al paisaje natural y miradores que ofrecen una vista incomparable a las Islas de Taquile y Amantani, también se puede observar la presencia de cultura viva en el escenario donde habitan los comuneros y comuneras; cultivan, pescan, tejen en su cotidiano vivir. La cultura y concepción de vida en su forma inicial muestra un respeto al entorno, porque coexisten en armonía con la naturaleza, su filosofía de vida, filosofía del mundo se muestra su relación con la madre naturaleza en el espacio tiempo, consideran para ello ceremonias y rituales de agradecimiento como parte de su cosmovisión una sociedad inclusiva, cuidan su entorno. sus danzas son coloridas y alegres.

El centro poblado de Llachón era uno de los emprendimientos mejor organizados. Allí se constituyó la Federación de Turismo Rural, con un concejo que integraba a los representantes de las asociaciones de hospedaje, restaurantes, transporte lacustre, botes veleros, artesanos y bodegas. Para el hospedaje había 10 asociaciones que trabajaban de manera independiente y estaban compuestas en promedio por 10 familias (con uno o dos

2 ambientes para alojar a visitantes). La comunidad ofrecía en total 160 camas

### **Actividades turísticas que realizan en Llachon:**

- Kayaking
- Participación en faenas agrícolas y ganaderas
- Paseos en bote
- Pesca artesanal
- Exposiciones participativas en tejidos
- Visitas a sitios arqueológicos
- Música y danza costumbrista
- Volleyball con la comunidad
- Fogata bailable

### **Servicios Turísticos**

- Alojamiento
- Alimentación
- Orientación turística

### **Datos generales**

- Ubicación: Provincia de Puno distrito de Capachica
- Estadía recomendada: Dos Días y una Noche

- Altitud: 3,820 mts. Sobre el nivel del mar
- Clima: seco y templado
- Época de lluvias: Diciembre – abril
- Temperatura máxima: 20°C/61°F
- Temperatura mínima: 0.5°C/41°F

#### **Acceso y distancia al centro poblado de Llachon**

- Aéreo Lima - Juliaca (1 h. 40 min)
- Terrestre: Juliaca - Llachón (1 h.) o Puno - Llachón (1 h. 30 min).
- Puerto de Puno Llachón (2 h 30 min)

#### **Servicios Turísticos**

- Alojamiento
- Alimentación
- Orientación turística
- Transporte acuático

#### **Asociaciones turísticas en el centro poblado de Llachon:**

- Asociación de agroturismo San Pedro
- Asociación de turismo la Florida
- Asociación de turismo solidario

- Asociación de turismo rural solidario Inca Samana
- Asociación de turismo rural Tika Wasi
- Asociación Illari Tours Santa Maria
- Asociación turística Central
- Asociación turística Kantuta
- Asociación turística Kori Wasi
- Asociación turismo Pachamama Suyos
- Asociación De Turismo Rural Santa Maria Dos
- Asociación de turismo rural Sumaq Wasi Tours
- Asociación Valle Santa María Llachón

**Organización política del centro poblado de Llachón.** La máxima autoridad del centro poblado es la asamblea general. Esta asamblea elige a sus autoridades y representantes de cada organización comunal. Son elegidos el alcalde y sus regidores, quienes cumplen la función como órgano del gobierno local. Hay un Juez de Paz que administra justicia en Llachón. De igual forma son elegidos 5 tenientes gobernadores, quienes representan a sus sectores. Se cuenta con dos sargentos: uno de playa y otro de pesca.

El centro poblado de Llachón, políticamente está dividido en 5 sectores y son las siguientes: – Chillimasi o Llachón (central) primer sector.

– Santa Cruz de Choqasea segundo sector.

- Santa María de Q'osq'e tercer sector.
- San Isidro cuarto sector.y
- San Pedro comunidad campesina de Ccollpa.



**Figura N° 1:** Mapa Turístico Llachon

**Fuente:** MINCETUR.

Llachón tiene 911 habitantes (censo 2007). Para llegar al centro poblado de Llachón podemos tomar la carretera Puno - Juliaca en el Km 23 (sector de Illpa) desde cuyo punto se desvía hacia esta comunidad pasando por Huata, Coata y Capachica. Y desde la ciudad de Puno por vía terrestre haciendo un total de 75 Km., podemos llegar en una hora y 45 minutos aproximadamente. Así mismo se puede acceder a Llachón por vía lacustre usando lanchas a motor con una distancia aproximada de 40 millas en dos horas y 45 minutos aproximadamente desde el puerto lacustre de Puno.

Existen los siguientes servicios públicos en Llachón: – 01 Oficina de Registro de Estado Civil de la municipalidad distrital de Capachica. – 01 Puesto de salud a cargo de una enfermera. – 03 Centros educativos inicial. – 01 Escuela de educación primaria. – 01 Colegio de educación secundaria. – 01 Servicios de energía eléctrica .

Capachica está conformado por 16 comunidades:

- Llachón
- Yapura,
- Lago Azul,
- Ccollpa,
- Miraflores,
- Capano,
- Ccotos,
- Siale,
- Chillora,
- Isañura,
- Escallani,
- Toctoro,
- Hilata,

- San Cristóbal,
- Yancaco

En la península de Capachica coexisten aproximadamente 12 mil habitantes. Cuenta con una extensión aproximada de 117.06 km<sup>2</sup>., en este trabajo de investigación se realizó en Centro poblado de Llachon.

Caracterizando la zona de estudios podemos afirmar que las primeras evidencias de ocupación prehispánica de la Península, se encuentran en los centros ceremoniales como Inka Qarus en LLachon,

En el distrito de Capachica, la artesanía, es muy peculiar, empezando por sus singulares vestimentas bordadas. El colorido, las formas, los diseños de los bordados son creaciones típicas, propias de la península. Destacan los sombreros, llamados montera; los chalecos: "juyonas" para las damas y chalecos para los varones; las mantas o "chucos"; además de otras prendas como *llicllas*, frazadas, chullos, chompas, chaquetas, fajas, pisos, almillas, chamarras.

Destacan también los trabajos cincelados en piedra. Entre los principales potajes tenemos: torreja de quinua, Chaulla T'himpo, T'himpo de pejerrey y trucha, Pejerrey a la plancha, K'ispiño, P'esq'e de quinua, Leche llasq'a, Sopa de illaco, P'hata caldo, Fiambre (q'oq'awi), Mazamorra de quinua, Jank'a de k'ala grano, Chuño phuti, entre otros. Entre las danzas típicas se tiene la "Qhaswa, "Kara Machos", "Golpes", "Negritos", "Espalla" (musucpapa), "Huancachos" y otros.

En el mirador de Karrus en el cerro de Llachón, se encuentran varias tumbas Pre-Incas y el Santuario de Inca Cancha lugar mágico religioso en donde en el mes de febrero se rinde culto a la Pachamama y al finalizar se realiza el baile típico llamado Musuc papa.

También se encuentra el “Auquiacarrus”, santuario Pre-Inca con poderes mágicos para controlar el destino de los hombres, de las plantas, de los animales y los peces.

El clima de la zona de Capachica es frío y húmedo con una temperatura media anual de 8 a 12 °C. La temperatura más alta registrada hasta el momento es de 18.6 °C.

Las oscilaciones diarias de temperatura son más significativas que las variaciones mensuales, sobre todo en horas de la noche, puesto que esta baja hasta los -3 ° C.

Las heladas se presentan en una temporada (mayo, junio y julio) Cuando las heladas se presentan en tiempo de lluvias perjudican los cultivos y no permiten el buen desarrollo de las plantas, bajando la producción y productividad.

Las precipitaciones anuales varían en el rango de 0.0 mm a 580 mm y se presentan en épocas definidas: entre los meses de diciembre a marzo y otra de escasa precipitación entre los meses de abril a noviembre.

Considerando que la actividad turista es uno de los fenómenos sociales con mayor capacidad de transformar pueblos y culturas de forma muy acelerada, la problemática actual reside en la falta de previsión de dichas transformaciones producto de los impactos socioculturales, estos solo se ven una vez ya acontecidos.

Las transformaciones generadas a partir del proceso de la globalización han traído consigo cambios en las economías nacionales (internacionalización, integración, innovación, y progreso), introduciendo a su vez cambios en los hábitos, maneras y costumbres de la población en general. Esta metamorfosis ha impulsado la búsqueda de nuevos conceptos.

Es así como desde mediados de la década de 1990, aparecen estudios y documentos que



hablaban sobre la “nueva ruralidad” de Latinoamérica, reformando el concepto de “lo rural”, el cual dejó de entenderse como “lo que no es urbano” y asociado directamente a las actividades agrarias; en otras palabras, parece ser que lo nuevo del concepto se asocia con que “ahora se mira una realidad que antes se ignoraba” (Gómez, 2002:12) Sin embargo la realidad es que “no ha cambiado nada ya que persisten los problemas de pobreza, violencia, desigualdad, injusticia, exclusión social y demás” (Kay, 2000).

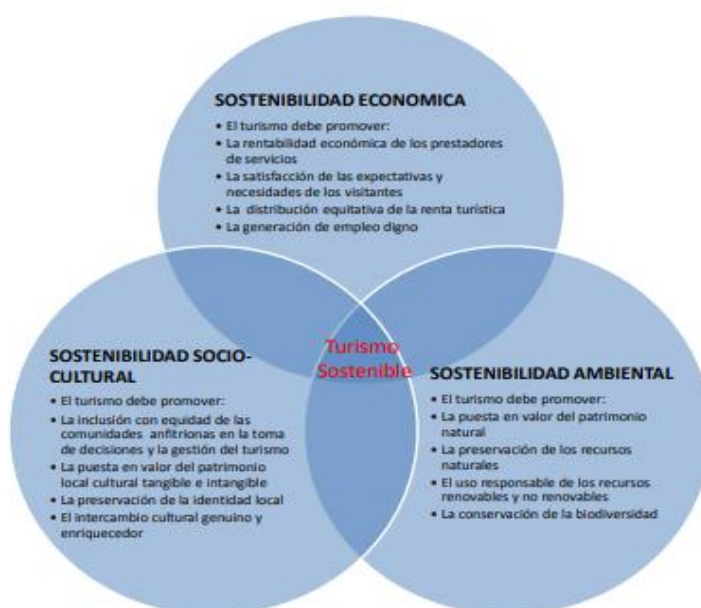
Las políticas no deben tener un carácter coyuntural, sectorial o cortoplacista, sino que deben ser diseñadas de forma estructural bajo una visión de Largo Plazo, que garanticen la sustentabilidad de los procesos de desarrollo llevados a cabo y que atiendan el fenómeno multi-causal de la pobreza rural; por tanto es necesario pensar en cómo hacer para atender a las problemáticas que en las áreas rurales coexisten:

- Pobreza,
- Desigualdad,
- Baja productividad,
- Falta de servicios públicos,
- Falta de obras de infraestructura,
- Escaso capital social,
- Debilidad institucional,
- Difícil acceso a los mercados y los factores,
- Poca o casi nula posibilidad de oportunidades para la generación de empleo e ingresos.

Recordemos que en el informe de la OIT (2006), se hace referencia a la definición que hace la **OMT de los productos turísticos sostenibles**: “...aquellos que son desarrollados en armonía con el medio ambiente, la comunidad y las culturas locales, de forma que éstas se conviertan en beneficiarios permanentes, no en víctimas del desarrollo turístico.”

Según la UNESCO (1999), este concepto, destinado a proteger la cultura y las zonas ecológicas más frágiles, sobre todo los parques y los sitios del patrimonio mundial, persigue un mayor control de los flujos turísticos y requiere un enfoque multidisciplinario.

Gestión del turismo rural desde el enfoque sostenible:



**Figura N° 2:** Gestión del turismo rural desde el enfoque sostenible

**Fuente:** (sostenibilidad y negocios 2014)

**Los impactos sociales del turismo en Llachon**, se han descrito como los cambios en la calidad de vida de los residentes como consecuencia de esta actividad Turística, Más ampliamente, los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de

vida, los impactos sociales del turismo son difíciles de categorizar debido a los límites de las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas de la comunidad rural y son difíciles de distinguir con precisión.

Por lo tanto, para algunos, aspectos como los impactos del turismo en el empleo local pueden ser en listado como un impacto económico (Ryan, 2003) mientras que para otros, pueden ser analizados como un efecto social. Esta dificultad se ha evidenciado normalmente en el uso de adjetivos compuestos en el que dos dimensiones son usualmente mezcladas; ejemplos de éstos son los efectos socioeconómicos (Broughan y Butler, 1981) e impactos socioculturales (Spanou, 2007; Dogan, 1989).

Si bien las dimensiones del turismo no han sido definidas con precisión, varios esfuerzos se han realizado desde hace décadas para identificar los cambios que el turismo ha generado en las comunidades locales.

Identificar los impactos sociales del turismo es de suma importancia para el desarrollo sustentable de la comunidad de Llachon, las comunidades locales han sido un concepto central en la sustentabilidad abarcando e integrando dimensiones ambientales, económicas, políticas, culturales y sociales.

A través de la identificación de los impactos sociales percibidos, se pueden desarrollar programas para minimizar el conflicto entre los turistas y residentes y optimizar oportunidades de desarrollo. Cuanta más atención ponga el gobierno en las preocupaciones de los residentes, mayor será el apoyo que éstos otorguen a las iniciativas de desarrollo local.

En respuesta a la necesidad de medir los impactos y validar dichas mediciones varios investigadores desarrollaron escalas para medir las actitudes de los residentes hacia el

turismo. De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2003:367), una actitud es una predisposición para responder de una consistentemente de una manera favorable o desfavorable ante un objeto. En este sentido, si se concibe que una actitud es la suma total de inclinaciones y sentimientos, prejuicios o distorsiones, nociones preconcebidas, ideas, temores, amenazas y convicciones de un individuo acerca de cualquier asunto específico (Ávila Baray, 2006), ésta se puede conocer a través de la opinión que expresa una persona. Es decir, por medio de una opinión puede conocerse la actitud.

**Referido a la gestión del turismo en Llachon**, en el análisis in situ existe una jerarquía de autoridad un comité de turismo que organiza la comunidad y está en directa relación con el alcalde los regidores del Centro poblado de Llachon coordinando a la vez con los presidentes de las asociaciones de turismo.

### 3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Muchos estudios sobre la percepción de los impactos socioculturales del turismo se han basado en métodos cuantitativos, particularmente en el levantamiento de encuestas en diferentes condiciones, tiempos y espacios. Los métodos cuantitativos han mostrado ser de gran utilidad debido a su capacidad de generalizar los resultados y su utilidad en aspectos como la planeación y gestión del turismo. Por lo anterior y con el propósito de generar información para la gestión se intenta que los resultados sean lo más representativos posible, gracias a datos concretos que permitan determinar una situación promedio de la población estudiada. La aproximación deductiva de las técnicas cuantitativas, su epistemología objetiva, el uso de una perspectiva ética, así como la naturaleza estructurada, sistemática y replicable de sus procedimientos, otorgan mayor rigurosidad a los resultados obtenidos (Jennings, 2001).

Con esta fundamentación, el estudio empleó la encuesta como técnica de recolección de

datos. De acuerdo a los objetivos que se plantean anteriormente, se propone la realización de una investigación de tipo descriptiva, con un enfoque metodológico cualitativo ya que se pretende evaluar la percepción del residente local, respecto a los impactos sociales que produce la actividad turística en dicha zona. Según diversos autores (por ejemplo, Long y Allen, 1987; Buttler, 1981; Ritchie, 1988) las posibles conexiones entre impactos y actitudes de los residentes hacia el turismo se establecen en función de: el grado de participación en las actividades recreativas, el apego a la comunidad o su antigüedad de residencia, el conocimiento sobre la actividad, la proximidad a la zona de negocios o contacto con los turistas, características sociodemográficas, y beneficios económicos derivados del sector. Por tal motivo, se propone para la obtención de información cualitativa la selección de una muestra intencional que incluya a la población que reside.

En el presente estudio de investigación se utilizó el método analítico descriptivo, buscando especificar las características de los perfiles de la población en estudio, así mismo el análisis y síntesis basado en encuestas y entrevistas a profundidad realizadas a integrantes de asociaciones de turismo, productores o prestadores de servicios y otros habitantes rurales que se ven afectados por la actividad turística en su localidad.

Consideramos a las manifestaciones de Erickson (1989) nos encontramos con una serie de términos referidos a métodos cualitativos (etnográfico observacional, fenomenológico etc.). Que son levemente diferentes, pero guardan grandes semejanzas con los demás. Así nos referimos al estudio de casos y a la investigación acción como métodos centrales de la investigación cualitativa además de los estudios donde la entrevista se utiliza como técnica de base para la recogida de datos, por lo que se realizó una entrevista a profundidad hubo reiterados encuentros entre el investigador y los investigados, para una descripción exhaustiva y se consideró a Taylor Bogdan (1986), Erickson (1999) para el

contenido del informe, en este sentido la descripción general comentarios interpretativos, discusión teórica para la reseña de cambios que se produjeron en el transcurso de la indagación.

### **3.3. EJES DE ANÁLISIS**

Gestión del turismo rural y cambios socioculturales en la comunidad de Llachon.

### **3.4. DIMENSIONES DE ANÁLISIS**

La evaluación el cambio social y cultural por la gestión del turismo rural de acuerdo a las dimensiones de la investigación en la comunidad de Llachon.

### **3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE DATOS**

Para el análisis de los resultados se utiliza el programa estadístico SPSS, utilizando frecuencias de estadística descriptiva

### **3.6. MUESTRA**

**Población conformada por las personas de la comunidad de centro poblado que se dedican al turismo. Tomándose una muestra al azar simple de acuerdo con el siguiente procedimiento**

Formula:

$$n = \frac{(Z^2 * p * q)}{E^2}$$

Dónde:

$n$  = Tamaño de la muestra.

$Z^2$  = Número de error estándar. Valor  $Z = 1,96$  (para un margen de Confianza del 95 %).

$p$  = Proporción de ocurrencia.

$q$  = Proporción de éxito fracaso.

$E^2$  = Error de muestreo.

Siendo:

$$P = 80\%$$

$$p = 20\%$$

$$E = 10\%$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 * (0,8) * (0,2)]}{(0,1)^2} = \frac{[(1,96)^2 * (0,8) * (0,2)]}{(0,1)^2} = \frac{(0,614656)}{(0,01)} = 61$$

Se analizó a 61 personas que trabajan con turismo y participan de asociaciones de turismo, productoras, prestadoras de servicios y otros habitantes rurales que se ven afectados por la actividad turística.

Con la entrevista en profundidad. Se buscó conocer aspectos inherentes a los cambios socioculturales que la población percibe por la presencia del turismo rural, esto porque

también existen otras actividades como la ganadería y la agricultura que han sido igual o más importantes en el sustento de las familias.

Una vez procesada la información estadísticamente se analizó la información y se interpretó en función a la doctrina o marco teórico de la investigación.



## CAPITULO IV

## RESULTADOS DISCUSION

## 4.1. RESULTADOS

Según encuestas realizadas los pobladores que participan en turismo del centro poblado de Llachon afirman que:

**Tabla N° 2 : Nivel de aceptación de actividad turística en Llachon**

<b>Nivel de Aceptación de actividad turística de Llachon</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>De acuerdo</b>	48	80,0	80,0	80,0
<b>En desacuerdo</b>	8	13,3	13,3	93,3
<b>No sabe</b>	4	6,7	6,7	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuestas 2018.

El 80% de la población en Llachon está de acuerdo con la actividad turística en su localidad porque se ha visto que hay beneficios que le proporciona el turismo, esta actividad genera ingresos y crea empleo además le permite recuperar algunas tradiciones locales. El 13.3% de la población no está de acuerdo con que se desarrolle la actividad en su localidad porque tienen miedo a los cambios en su vida cotidiana. Y el 6.7 % no sabe no opina.

**Tabla N° 3:** Participación de la población en la actividad turística

<b>Participación de la población en actividad turística</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Participa</b>	36	60,0	60,0	60,0
<b>No participa</b>	16	26,7	26,7	86,7
<b>Le gustaría participar pero no sabe cómo</b>	8	13,3	13,3	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuestas 2018.

El 60% de la población participa de la actividad del turismo brindando servicios de alojamiento, hospedaje y otros. Y el 26.7 % no participa directamente pues vende artesanías o presta servicios de transporte lacustre, habiendo un 13.3% que le gustaría participar brindando servicios turísticos. Se nota también que existen muchas personas que estarían dispuestas a trabajar en turismo y requieren mayor capacitación para brindar servicios turísticos.

**Tabla N° 4:** Cambios en la cultura local por la actividad turística

<b>Cambios en la cultura local</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Revitaliza costumbres locales</b>	56	93,3	93,3	93,3
<b>Cambian las actividades tradicionales</b>	4	6,7	6,7	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuesta 2018

Para un 93.3% de los entrevistados, La población de Llachon, muestra su cultura como atracción turística vivificando sus costumbres locales identificándose con su pasado y valorando las vivencias de sus antepasados, existe también un 6.7% de personas que no

están de acuerdo en utilizar la cultura como atracción turística. Porque es solo por generar ingresos perdiendo su esencia religiosa y comunal.

**Tabla N° 5:** Nivel de identificación de la población con sus danzas típicas

Nivel de identificación de la población con las danzas típicas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	56	93,3	93,3	93,3
No	4	6,7	6,7	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018

La población está muy identificada con su folklore especialmente con las danzas típicas, el 93.3% sabe bailar danzas típicas, el 6.7% no quiere dar a conocer su opinión y manifestó no saber bailar danzas. El sentir general es que sus danzas los unen y la comunidad se integra en los días de fiesta.

**Tabla N° 6:** Conflictos sociales por parte de los turistas en la población

Conflictos sociales por parte de los turistas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	7	11,7	11,7	11,7
No	43	71,7	71,7	83,3
No sabe	10	16,7	16,7	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuestas 2018

La población en su mayoría respondió con un 71.7% que los turistas no crean conflictos en su comunidad y que más bien son tranquilos y amigables, el 11.7% manifestó que si crean conflictos por y el 16.7% no sabe no opina.

Los turistas algunas veces participan de fogatas y celebraciones y cambian su estado emocional por lo que alteran su conducta y muchas veces no se integran fácilmente en la comunidad.

**Tabla N° 7:** Frecuencia de arribo de turistas a Llachon

<b>Frecuencia de arribo de turistas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Enero – Marzo</b>	10	16,7	16,7	16,7
<b>Abril –Junio</b>	37	61,7	61,7	78,3
<b>Julio - Septiembre</b>	13	21,7	21,7	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018

Los meses de mayor afluencia turística son de abril a junio, para el 61.7% de personas que han sido encuestadas en la localidad, el 16.7% afirman que, ellos reciben más turistas en enero a marzo y el 21.7%, afirman que los meses de mayor afluencia son julio a setiembre.

Tabla N° 8: Representación del turismo como actividad

Representación del turismo como actividad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>El turismo proporciona oportunidades e intercambio cultural</b>	36	60,0	60,0	60,0
<b>El turismo genera empleo</b>	22	36,7	36,7	96,7
<b>El turismo ocasiona pérdida de actividades de recreo y tiempo libre para el comunero</b>	2	3,3	3,3	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaborado por la ejecutora del trabajo de investigación en base a encuestas 2018

La población de Llachon se identifica más con la frase **el turismo proporciona oportunidades e intercambio cultural en un 60%**, la mayoría de los entrevistados saben que el turismo ayuda para mejorar su calidad de vida, el turismo genera empleo en un 36.7% este empleo está relacionado a la oferta de servicios en restaurantes y casa de hospedaje rural así como de guías de sitio, y la venta artesanal, muy pocos piensan que el turismo ocasiona pérdida de actividades de recreo y tiempo libre para el comunero en un 3.3%

La comunidad se esfuerza por presentar de mejor manera el atractivo de su comunidad al turista, por ello mantienen su vestido y las tradiciones locales. Además, su artesanía con características muy propias de la península de Capachica. Los meses de mayor trabajo en

turismo son abril mayo, junio. Teniendo que alternar las labores del campo con la prestación de servicios a los turistas.

El comportamiento de la gente de la población hacia el turista es amable en 32%, es atenta en un 22%, es hospitalaria en un 34%, recelosa 3% no muestra interés 1 % servicial 8% por lo que interpretamos que las formas de comportamiento son cordiales y armonizan con la presencia del turismo en la localidad, como una de las características de la población local.

El turismo en Llachon ha permitido mejorar los servicios básicos entre ellos el agua potable 28%, la señalización de caminos 15%, el transporte regular 17%, la comunicación 28%, 1 %, seguridad 3%, iluminación 5% educación 2%, sanidad 1%.

**Tabla N° 9:** Mejoramiento de los servicios básicos por la presencia del turismo en Llachon

SERVICIOS	Frecuencia	%
Sanidad	1	1%
Transporte regular	14	17%
Educación	2	2%
Iluminación	4	5%
Señalización de caminos	13	15%
Seguridad	3	3%
Agua potable	25	28%
Comunicación	25	28%
Otros	0	0%

**Fuente:** Elaborado por la ejecutora del proyecto en base a encuestas 2018

Lo que caracteriza a la gente de Llachon en relación a otros lugares es sus actitudes y

formas de comportamiento, el 31%, da valor a su cultura tradicional, el 30%, le da importancia a la amabilidad que debe tener la persona, el 21% le da mucha importancia a la integración como grupo social, el 8% le da importancia a la unión que debe existir en la población y practican la ayuda mutua, el 7% le da importancia a la sinceridad de la persona, para el 3 % la comunicación es importante, rectitud 0%.

**Tabla N° 10:** Características diferenciales de la población de Llachon

<b>PATRÓN DE COMPORTAMIENTO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Amabilidad	23	30%
Comunicación	2	3%
Rectitud		0%
Integración	16	21%
Sinceridad	5	7%
Unión	6	8%
Valoración de lo tradicional	23	31%

**Fuente:** Elaborado por la ejecutora del trabajo en base a encuestas 2018

Los beneficios sociales del trabajo en turismo el 33% afirma tener beneficios en la mejora económica, el 23 % con turismo ha mejorado la educación de los hijos, el 10% ha mejorado su calidad de vida, 22% ha mejorado y ampliado la casa hospedaje y ha mejorado la vida de la comunidad en un 12%.

**Tabla N° 11:** Beneficios sociales del trabajo en turismo para su familia

<b>Beneficios sociales del trabajo en turismo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Mejora económica</b>	20	33.00%
<b>Mejor educación para mis hijos</b>	14	23.00%
<b>Mejorar y ampliar la casa hospedaje</b>	6	10%
<b>Tener calidad de vida</b>	13	22%
<b>Mejorar la vida de la comunidad</b>	7	12%
<b>Total</b>	60	100%

**Fuente:** Elaborado por la autora del proyecto en base a encuestas 2018

**En función a las tradiciones y costumbres** del lugar, derivado de los elementos antes analizados, el 32% de los entrevistados, considera que los jóvenes hombres son los más afectados por las conductas, actitudes y acciones del turismo que los visita, no debe pasarse por alto que un 26% señala que también las mujeres jóvenes han tenido cambios importantes y por ultimo un 24% dice que también los hombres adultos tienen alguna conducta distinta a la acostumbrada. los encuestados expresa que la comunidad participaría en programas de fortalecimiento de sus valores, cultura y tradiciones.

Para el 3% el turismo afecta las fiestas patronales, para el 22% también afecta las tradiciones y costumbres, el 15 % de los encuetados ven afectados los valores culturales, el 32% ven que los jóvenes van desconociendo su lengua materna, el 18% han notado los cambios en el comportamiento de las personas de mediana edad, el 10 % afirma que la



presencia del turismo afecta la relación con comunidad

**Tabla N° 12** Cambios socioculturales que afectan las tradiciones y costumbres locales  
por la presencia del turismo

<b>CAMBIOS</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Afecta a las fiestas patronales</b>	2	3%
<b>Afecta a las tradiciones y costumbres</b>	13	22%
<b>Afecta aspectos de valor cultural</b>	9	15%
<b>Jóvenes desconocen la lengua nativa</b>	19	32%
<b>Cambios son en las personas. mediana edad</b>	11	18%
<b>Afecta la relación con la comunidad</b>	6	10%
<b>TOTAL</b>	60	100

**Fuente:** Elaborado por la ejecutora trabajo de investigación base a encuestas 2018

Se ha visto también que la población de Llachon tiene la voluntad de trabajar para reforzar sus tradiciones y propone resaltar su cultura, sus tradiciones, comunicarla y fomentarla sobre todo en niños y jóvenes. Precisamente para valorar esos aspectos que han sido más impactados por la presencia de turistas, se encontró que han sido afectadas las fiestas patronales porque ya no se realizan en la misma fecha, opinan que los comportamientos tradicionales han cambiado a partir de la actividad turística la gente es más interesada ya no hay ayuda mutua están desorganizados además consideran que los efectos han alterado el paisaje de la comunidad porque hay nuevas construcciones con diferentes materiales dicen que los aspectos religiosos son los más alterados porque ya no hay mucho respeto a sus deidades y los rituales se hacen de cualquier manera.

Relacionado el tema de los valores, están las tradiciones y las costumbres. Por ello se

preguntó a los entrevistados a cerca de aspectos como la lengua materna, y las encuestas demuestran que el 32 % de los entrevistados comentan que no han observado mucho cambio si se considera a las personas de mediana edad en adelante, , que en el caso de los jóvenes si han mostrado a veces desconocer su propia lengua. Y esto es preocupante porque perder la lengua significaría perder también sus valores, sus tradiciones y su historia.

Siguiendo la metodología y las variables que se proponen con anterioridad en el estudio, se llega a la conclusión que desde el punto de vista de los Problemas Sociales generados por el turismo , no se percibe un aumento de vandalismo y/o robos producto de la actividad turística desarrollada en el paseo, pero en cambio, desde el enfoque respecto a los Servicios Públicos la percepción es totalmente diferente, ya que manifiestan como una problemática importante referente los servicios de agua potable, que disminuye las posibilidades de una mayor satisfacción en la visita a al lugar y para las actividades cotidianas de los lugareños.

### **Precisando cambios a nivel de la cultura local por la presencia del Turismo en el Centro Poblado de Llachón**

Significa que la desvalorización de su patrimonio histórico, la perdida y adulteración de sus valores culturales se dan por la presencia del turismo y la relación con la cultura occidental además de los efectos de la globalización.

**El patrimonio tangible:** como elementos materiales que los pueblos elaboran a lo largo de su historia y que pueden ser observados y tocados. En relación a ello se ha notado que las construcciones de sus viviendas se han modificado por el material nuevo utilizado cemento y ladrillo, así como también en cuanto a las formas cambiando el paisaje rural.

El patrimonio intangible: valores no materiales que forman parte del acervo cultural de

cada pueblo como leyendas, historias, tradiciones, fiestas, música, entre otras. Han sufrido ciertas modificaciones como fiestas religiosas, el sincretismo cultural, la filosofía andina de la armonía con el entorno, y el respeto por sus apus, y otros se están modificando, El paisaje cultural se presenta no solo como un recurso visual, sino como una estructura formal emergente de una construcción histórica- social en permanente cambio. El paisaje expresa a través de sus diferencias los significados cambiantes del territorio en el tiempo y en el espacio. Su utilización como recurso activo, emblema de identidad territorial, lo posiciona como un elemento estratégico para el impulso de un nuevo tipo de proyectos que apunten al desarrollo.

La localización estratégica del centro poblado de Llachon en el lago Titicaca y su alta calidad paisajística debido a la presencia de recursos naturales de carácter excepcional, configura la vocación del sitio como un destino turístico de gran interés para actividades de turismo rural vivencial. El diagnóstico del área se ha focalizado en una dinámica territorial pautada por los cambios estacionales que limitan o alientan la llegada de turistas, pudiendo sintetizarse en tres ejes:

- Dinámica poblacional,
- Usos del suelo,
- Y flujos turísticos.

Como una forma de reforzar esas tradiciones, se propone resaltar su cultura, sus tradiciones, con participación activa de la población, comunicarla y fomentarla sobre todo en niños y jóvenes, pues 68% de la población cree que han sido afectadas las fiestas patronales, los comportamientos tradicionales han cambiado a partir de la actividad turística, 23% considera que los efectos no han alterado a la comunidad en su totalidad y el 18% dice que son los aspectos religiosos los que más han sido trastocados.

La población local el 68% de los entrevistados comentan que no han observado mucho cambio si se considera a las personas de mediana edad en adelante, esto porque un 32% manifestó que en el caso de los jóvenes si han mostrado a veces desconocer su propia lengua. Y esto es preocupante porque perder la lengua significaría perder también sus valores, sus tradiciones y su historia.

Desde el punto de vista de los Problemas Sociales, no se percibe un aumento de vandalismo y/o robos producto de la actividad turística.

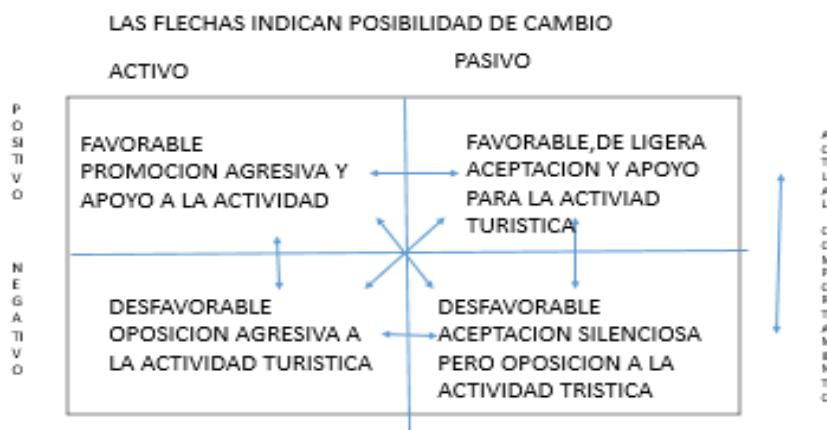
La mayor parte de los visitantes y turistas, permanecen pocos días en el área y tienen un perfil socio cultural definido: son generalmente jóvenes de 30 a 50 años que se dedican turismo de aventura. El ritmo de actividad en Llachon está en gran medida pautado por la estacionalidad de los flujos turísticos de temporada alta y baja.

El cambio cultural en Llachon es originado por factores internos y externos de la cultura, esta puede cambiar en ausencia del turismo como resultado de:

- Los cambios en el hábitat de la comunidad inducen a cambios que pueden implicar adaptación y cambio cultural.
- El contacto entre dos sociedades con culturas diferentes puede traer cambios en ambos grupos
- Los cambios evolutivos ocurren dentro de una comunidad y se refiere al proceso de adaptación el que las comunidades cambian en respuesta a necesidades internas

El turismo puede influir en estas tres formas de cambio y acelerar el cambio cultural, según la teoría de la aculturación esta sostiene que cuando dos culturas entran en contacto

con una duración cualquiera, cada una llega a ser un préstamo de la otra (Núñez, 1977)



**Figura N° 3:** Postura del anfitrión/ respuestas de comportamiento a la actividad turística

**Fuente:** Según Bjorlund y Phibrick 1972.

Producto de la aculturación, En Llachon se nota el cambio en la forma de vestir y la introducción de nuevas costumbres en relación a la participación comunal, comidas comportamiento social dando más prioridad a aspectos económicos existe desintegración social sus patrones culturales van cambiando.

**Por lo que es necesario recordar que políticamente el gobierno apoya el desarrollo del turismo rural bajo ciertas circunstancias como:**

**Aspectos de Orden de la gestión pública del MINCETUR,** que se deben considerar la Gestión del Turismo Rural para Impulsar el fortalecimiento de la Identidad Cultural y la Calidad de Vida de la Población del Centro Poblado de Llachón. EL turismo cultural nos acerca a la cultura local y nos da la posibilidad de conocer el patrimonio tangible (centros historias, paisajes urbanos y museos), como intangible ( música danzas costumbres, leyendas cocina tradicional), además nos brinda conocimientos nuevos,

además nos educa, precisamente la cultura nos inculca valores humanos, tales como el respeto la tolerancia el reconocimiento y aprecio de opiniones opuestas, la valoración de la identidad personal así como el conocimiento del patrimonio nacional que nos aporta los valores nacionales

El 68 % de la población en Llachon - Capachica está de acuerdo con la actividad turística en su localidad porque le da ingresos y les genera empleo además le permite recuperar algunas tradiciones locales. El 13.3% de la población no está de acuerdo con que se desarrolle la actividad en su localidad. Y el 6.7 % no sabe no opina.

El 68% de la población participa de la actividad del turismo brindando servicios de alojamiento, hospedaje y otros. Y el 26.7 % no participa directamente, habiendo un 13.3% que le gustaría participar brindando servicios turísticos. Se nota también que existen muchas personas que estarían dispuestas a trabajar en turismo y requieren mayor capacitación para brindar servicios turísticos.

La población de Llachon muestra identificación al utilizar su cultura como atracción turística porque les permite revivir su costumbre local e identificarse con su pasado y valorar las vivencias de sus antepasados, existe también un 6.7% de personas que no están de acuerdo en utilizar la cultura como atracción turística.

La población está muy identificada con su folklore y sabe bailar danzas típicas, el 6.7% no quiere dar a conocer su opinión y manifestó no saber bailar danzas. El sentir general es que sus danzas los unen y la comunidad se integra en los días de fiesta.

La población en su mayoría respondió que los turistas no crean conflictos en su comunidad y que más bien son tranquilos y amigables, el 11.7% manifestó que si crean

conflictos y el 16.7% no sabe no opina.

Los meses de mayor afluencia turística son de abril a junio, manifiesta el 61.7% de personas que han sido encuestadas en la localidad, el 16.7% afirman que ellos reciben más turistas en enero a marzo y el 21.7%, afirman que los meses de mayor afluencia son julio a setiembre.

La comunidad se esfuerza por presentar de mejor manera el atractivo de su comunidad al turista, por ello mantienen su vestido y las tradiciones locales. Además, su artesanía con características muy propias de la península de Capachica.

La población de Llachon se identifica más con la frase el turismo proporciona oportunidades e intercambio cultural en un 60%, el turismo ha cobrado significado para las personas de Llachon, la mayoría de los entrevistados saben que el turismo ayuda para mejorar su calidad de vida, el turismo genera empleo en un 36.7% este empleo está relacionado a la oferta de servicios en restaurantes y casa de hospedaje rural así como de guías de sitio, y la venta artesanal, muy pocos piensan que el turismo ocasiona pérdida de actividades de recreo y tiempo libre para el comunero en un 3.3%

El turismo en Llachon ha permitido mejorar los servicios básicos entre ellos el agua potable 28%, la señalización de caminos 15%, el transporte regular 17%, la comunicación 28%, alcantarillado 1 %, seguridad 3%, iluminación 5% educación 2%, sanidad 1%.

Los beneficios sociales del trabajo en turismo el 33% afirma tener beneficios en la mejora económica, el 23 % con turismo ha mejorado la educación de los hijos, el 10% ha mejorado su calidad de vida, 22% ha mejorado y ampliado la casa hospedaje y ha mejorado la vida de la comunidad en un 12%.

El 51% de los emprendedores ha visto retribuido su esfuerzo como emprendedor, el 25% casi siempre, 12% indiferente, el 10% casi nunca y nunca el 2%.

Luego del análisis de datos es preciso considerar: *Las Directrices para preservar y valorar el patrimonio cultural de las comunidades anfitrionas del turismo según MINCETUR:*

- Los promotores del turismo comunitario tienen como misión primordial sensibilizar y forjar una conciencia colectiva sobre la preservación y revitalización de la cultura local, sus valores y las expresiones de la identidad étnica y comunitaria.
- Las comunidades han de rescatar y dar a conocer al visitante aquellas expresiones de su cultura que estimen conveniente, evitando desvirtuar su autenticidad por presiones comerciales o imitar comportamientos extraños que debiliten su identidad.
- La interpretación histórica y cultural de las comunidades ha de alcanzar igual relevancia que la interpretación naturalista de su entorno.
- El visitante respetará las expresiones culturales tangibles e intangibles de las comunidades. Los símbolos, emblemas, artesanías y otras expresiones de su cultura no podrán ser replicados con fines de lucro sin su previa autorización.
- Los turistas deben respetar los lugares sagrados, ceremonias religiosas y áreas de uso restringido en donde las comunidades celebran sus ritos y festividades.
- La comunidad ha de formar conciencia en el turista acerca del valor de las artesanías y el trabajo que éstas representan. El precio debe ser justo, esto es, las partes han de encontrar su interés y satisfacción en la transacción.



- El turista con motivaciones científicas debe ser instruido por la comunidad acerca de los derechos colectivos de propiedad intelectual sobre toda información obtenida durante su estadía con potencial valor comercial (nombres, emblemas, símbolos, tecnologías y sus aplicaciones, etc.).
- Cada comunidad ha de establecer las reglas de uso del vestuario y otras expresiones culturales que, a su juicio, sean las más adecuadas para preservar su identidad y responder a las expectativas de los turistas que la visitan.
- Las comunidades darán a conocer su cultura agronómica mediante actividades de agroturismo que afirmen sus tradiciones productivas, alimenticias y culinarias.
- Los niños tienen derecho a protección y a crecer en un ambiente de respeto hacia sí mismos y hacia los otros; estos valores deben ser inculcados en la familia, la escuela y la comunidad. Los niños no deben ser utilizados para vender productos y, menos aún, para mendigar o solicitar pago por ser fotografiados. Las comunidades velarán por impedir cualquier tipo de abuso, tráfico y violencia sobre los niños y adolescentes de los dos géneros.
- Debe prohibirse y sancionarse severamente a las personas de la comunidad que se encuentren involucradas en el tráfico de personas, especies y piezas arqueológicas.
- Cada comunidad debería contar con un código de conducta que garantice un desarrollo social, cultural y ambiental armónico del turismo en sus territorios, instruyendo a sus miembros y a los turistas sobre las conductas a observarse.

**Dentro de los grupos de interés vinculados al desarrollo turístico de Llachon, es preciso considerar a la población local, así como sus percepciones y actitudes con respecto al impacto del desarrollo turístico de su comunidad.**

Las actitudes son la respuesta incorporada tras el impacto de diversos elementos,

corregidos en intensidad y sentido por multitud de factores internos y externos al residente. A partir de los fundamentos teóricos desarrollados acerca de la actitud del residente hacia el desarrollo turístico, se pretende la búsqueda de interrelaciones entre las distintas variables que conforman la actitud.

Por lo tanto, analizar dicha actitud ayuda a conocer si el desarrollo turístico en una localidad o zona turística nos puede llevar a la pérdida de su atractivo o si aún hay tiempo para que se establezcan alternativas para un desarrollo sustentable.

Se sugiere que en Llachon, se desarrolle un plan maestro que recoja los límites aceptable para el desarrollo del turismo rural en la zona de Llachon, en condiciones ideales la comunidad podrían elaborar su propio plan maestro, en que contenga directrices sociales pautas de conducta deseables y aceptable referidos a:

1. Costumbres y tradiciones locales
2. Permisos para tomar fotografías
3. Vestimenta
4. Idioma
5. Invasión de la intimidad
6. Respuesta ante la mendicidad trueque y el regateo
7. Los derechos de los pueblos indígenas
8. Los funcionarios originarios de la zona
9. Zonas prohibidas

Una fuente de ayuda lo ofrecen los comités de turismo, para la distribución de material impreso en los destinos.

En el Perú, el turismo rural 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 un componente clave

del producto

El enfoque de modelos de gestión basados en la participación local como elemento fundamental que permita la sostenibilidad de la actividad turística (como actividad económica complementaria), y la inclusión social y económica de las poblaciones rurales a través del desarrollo de productos y servicios diversos, usando adecuadamente sus activos naturales, culturales, financieros, humanos, sociales y físicos, es el que debe guiar la gestión del turismo rural en Llachon

Si se asume que los efectos benéficos son aquellos que conducen la supervivencia de los sistemas sociales en Llachon. El alojamiento, los servicios y facilidades que el turista tiene se comparte con la población local.

El incremento de actividades de prostitución o delincuencia pueden traer consecuencias negativas en la zona.

El declive gradual del idioma y la cultura con el incremento de los miembros de la comunidad anfitriona que hablan el idioma de los visitantes soslayando su lengua puede ser muy negativo.

En Llachon siempre que el turismo llegue a ser un factor importante en la economía local habrá un incremento por la artesanía sin embargo los componentes culturales que tienen valor para el turista se ha preservado y renovado y no necesariamente aquellos que son valorados por la cultura local por ello se son más conscientes de la continuidad histórica cultural lo cual genera una experiencia enriquecedora.

La comercialización de la cultura es consecuencia del turismo, pero los cambios en la cultura ocurrieron antes de que la actividad del turismo estuviera en la comunidad y continuaran ocurriendo en respuesta a otras formas de modernización.

Indudablemente el turismo ha permitido que las culturas sean rehabilitadas y dadas a conocer al resto del mundo, muchas repercusiones sociales y culturales son difíciles de

cuantificar por ello se requiere conocer las percepciones y actitudes de la población destino hacia la presencia y comportamiento del turista.

**Por lo que los impactos socioculturales negativos por presencia del turismo se pueden prevenir y minimizar con acciones de gestión mejor orientadas fortalecer la cultura local.**

## CONCLUSIONES

### PRIMERA

Los cambios socioculturales por presencia del turismo se dan en diversos comportamientos tanto religiosos como festivos y en la vida cotidiana. El 68 % de la población entrevistada manifiesta que por la presencia de turistas en la comunidad de Llachon si han afectado las fiestas patronales en un 36%, el 23% opina que los comportamientos han cambiado desde que aparece el turismo, el 18% dice que lo que más ha cambiado son los aspectos religiosos. Pero también reconocen haber mejorado su calidad de vida.

### SEGUNDA

Cambios a nivel cultural relacionado el tema de los valores, están las tradiciones y las costumbres. El valor del uso de la lengua materna, las encuestas demuestran que el 68% de los entrevistados comentan que no han observado mucho cambio si se considera a las personas de mediana edad en adelante, esto porque un 32% manifestó que en el caso de los jóvenes si han mostrado a veces desconocer su propia lengua y muy pocos usan el traje típico.

### TERCERA

Dentro de los grupos de interés vinculados al desarrollo turístico de Llachon, la población local juega un rol determinante para mantener la cultura y los valores, así como sus percepciones y actitudes con respecto al desarrollo turístico en su comunidad y en la gestión del turismo rural. Para fortalecer la identidad cultural y calidad de vida de la población. El 60% de la población está de acuerdo en participar en el turismo rural y saben que requieren mayor capacitación para recibir turistas.

## RECOMENDACIONES

1. La comunidad debe formar conciencia en los visitantes a Llachon del valor de la cultura local, las artesanías y el trabajo que éstas representan. El precio debe ser justo en el intercambio de productos y servicios turísticos, puesto que estos demandan esfuerzo por parte del centro poblado de esta manera, turistas y anfitriones sentirán el interés y satisfacción en la transacción.
2. Los gestores del turismo comunitario tienen como misión primordial sensibilizar y forjar una conciencia colectiva sobre la preservación y revitalización de la cultura local, sus valores y las expresiones de la identidad étnica y comunitaria. Como diferencial de destino y el uso del modelo sostenible para su Centro Poblado.
3. Es importante incluir en los planes de gestión para el desarrollo del turismo rural aspectos tangibles e intangibles que permiten mejorar la presentación del destino turístico, y salvaguardar su herencia cultural y social andina así como la organización y el establecimiento de reglamentos de control interno y monitoreo constante sobre las acciones de desarrollo, considerando la importancia y la fragilidad del paisaje sociocultural que expresa a través de sus diferentes significados cambiantes del territorio en el tiempo y en el espacio. La utilización como recurso activo del emblema de identidad territorial, que posiciona al destino como un elemento estratégico para el impulso de proyectos que apunten al desarrollo para el bienestar conjunto de la población de Llachon.

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Acerenza, M. (2006) *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores*. México: Pearson.
- Alexander, J. (2000) *Sociología Cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas*. Edit. Anthropos.
- Blanco, R. (1988). *Turismo Sostenible. España: IEPALA - Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África*.
- Bauman, Z. (2004). *Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Bernal, C. (2010) *Metodología de la Investigación*: México: Pearson
- Boas, F. (1964). *Cuestiones fundamentales de antropología cultural*. Editorial Círculo de Lectores.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. México: Edit. Grijalbo
- Crosby, A (2002): *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales*. Editado por Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística, Madrid
- Cruz, A. (1995). *Ecología y Ecoturismo*: Lima- Perú: Revista Perú exporta
- Chávez, J. (2007). *Metodología para un turismo ambientalmente planificado*  
México: Trillas
- Chávez, I. (2013). *Análisis de los Impactos del Turismo Rural Comunitario en Luquina Chico y Karina*., Puno-Peru: Universidad Nacional del Altiplano..
- Durkheim, E. (2000). *Las reglas del método*. México: Ed. Quinto Sol
- Erikson, E. (2000). *El ciclo vital completado*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Freira, G. (2003) *El Turismo Rural como Promotor del Empleo y las Micro Economías en el Desarrollo Territorial Rural*. Montevideo-Uruguay
- García, B. (2003), *Estrategias de Marketing del Turismo*. Madrid- España: Universidad de Alcalá,

- García B. (2006). *Marketing del Turismo Rural*, Madrid- España:Edit. Pirámide
- George, A. (2003) *Ecoturismo en pueblos Autóctonos*. En: Revista Allpanchis.
- Geertz, C. (1992). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa
- Gilberto, G. (1997) *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. Revista Frontera norte vol. 9, núm. 18,
- Hernández. (2000). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill
- Jiménez, L. (2003) *Ecología y economía para un desarrollo sostenible*. Imprenta Valencia: Patronat Sub-nordsolidaritat i cultura. Valencia-España; 218.
- Jodelet, D. (1993) Representaciones Sociales. Fenómenos. Conceptos y teorías. Psicología Social. Tomo II. Pensamiento y Vida Social. Psicología Social y Problemas Sociales. Barcelona, España: Editorial Paidós, ,
- Lévi-Strauss, C. (1990). Mito y significado. Madrid: Alianza
- León, O. (2016) *Como redactar textos científicos y seguir las normas APA 6*. España. Ibergarceta publicaciones.
- Lira, M. (2009). *Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes*. México: Síntesis.
- Martínez, (2009) *Nuevos Retos del Turismo*. Universidad de Compostela, España. Ed. Gesbiblo.S.L.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism Economic, physical, and social impacts*. London, New York Longman.
- Morales, H. (2005). *Modelo de Desarrollo Sustentable para zonas Rurales del Perú*. CENTRUM. Lima – Perú.
- Muñoz C. (2011) *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México. Ed.



Pearson

Ortiz. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa.

Panosso, A. (2011) *Filosofía do turismo*. Teoría Epistemología. Brasil: Ed. Aleph Ltda.

PROMPERÚ. (2002) *Situación del ecoturismo en el Perú: primer informe*. Lima – Perú: Universidad Agraria La Molina.

Martínez, J. (2001). *Alojamiento turístico rural, Gestión y Comercialización*. España: Ed. Síntesis.

Molinero, F(1990). *Los espacios rurales, agricultura y sociedad en el mundo*. Barcelona: Ariel.

Miossec, JM(1997). *Gewografia economica.la logica espacial del capitalismo global*.Barcelona: editorial Ariel.

Pearce, D.(1992). *alternative tourism concpet classificatoons, ad questions Philadelphia*, University of pennsylvania press (Editado por Valene L. Smith)

Perez, M.(2003) *La guia del Ecoturismo o como conservar la naturaleza a trves del turismo*. Madrid: ediciones Mundi prensa.

OCDE ( 1990): *Nuevas tendencias de politica rural*. Madrid.

Quintero, L. (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*. Anales Del Museo de América.

Ruschman, D. (2008) *Capacidade de carga no planeamiento Turistico estudio de caso de Praia Brava*. Revista Brasileña de pesquisa en turismo.

Sanchez, M. (2014). *Impactos Socioculturales del Turismo en los Pobladores del Distrito de Pucara*. Puno-Peru: Universidad nacional del Altiplano.

Trenti, L. (2008). *Impactos Socioculturales del Turismo en Carlos Keen*. Argentina: Universidad Abierta Interamericana.

Valls, J. (2004) *Gestión de destinos Turísticos sostenibles*. Madrid Ed. Gestión

Vásquez, E. (2002). Impacto económico del turismo en Cajamarca Piura-Perú

Universidad de Piura

Weber, M. (1992). Conceptos sociológicos fundamentales. En “Economía y Sociedad” .

Alemania.

## **ANEXOS**

**ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPOTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLES DE LA HIPOTESIS GENERAL/DIMENSIONES</b>	
¿Cuáles son esos cambios socioculturales que se le puedan atribuir a la gestión del turismo rural en el centro poblado Llachón, Capachica?	Conocer los cambios socioculturales que se dan en el centro poblado Llachón Capachica por la gestión del turismo rural	Los cambios socioculturales en el centro poblado Llachón – Capachica, están en directa relación a la gestión del turismo rural	V.I Cambios Socio Culturales	1. Integración Comunal 2. Transculturación 3. Alienación 4. Aculturación 5. identidad cultural
			V.D. Gestión Del Turismo Rural	1. Organización 2. Planificación 3. Regulación 4. Mercado
<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>	<b>VARIABLES DE HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>	
¿Cómo se reflejan los cambios a nivel social por la presencia del turismo en el centro poblado Llachón?	Identificar los cambios a nivel social que se dan en el centro poblado Llachon por la presencia del turismo rural	La gestión del turismo rural influye en los cambios a nivel social en el centro poblado de Llachón – Capachica	1. V.I. Turismo Rural	1. Actividades 2. Servicios
			V.D. Cambios A Nivel Social	1. Formas de comportamiento 2. Empleo 3. Calidad de vida 4. Integración Familiar
¿De qué manera se dan los cambio culturales por la presencia del turismo en el centro poblado de Llachón	Identificar los cambios culturales que se dan por la presencia del turismo rural del centro poblado de Llachón Capachica.	Los cambios culturales en el centro poblado de Llachón - Capachica se dan por el turismo rural.	V.I. Turismo rural	1. Interrelación cultural 2.Receptividad
			V.D. Cambios a nivel cultural	1.Lenguaje comunicacional 2.Valoración de la identidad
¿Qué aspectos de orden debe considerar la	Determinar aspectos de orden en la gestión del	La gestión del turismo rural interviene en el	V.I. Gestión Del Turismo Rural	1.Planificación 2.competitividad

gestión del turismo rural para impulsar el fortalecimiento de la identidad cultural y la calidad de vida de la población del centro poblado de Llachón?	turismo rural, centro poblado de Llachón para fortalecer la identidad cultural y la calidad de vida de la población	fortalecimiento de la identidad cultural y el mejoramiento de la calidad de vida del centro poblado Llachon Capachica.	V.D. Fortalecimiento de la Identidad Cultural y Calidad De Vida	1.Políticas 2.Estrategias 3.programas
---	---	--	---	---

**ANEXO 02: CUESTIONARIO**

(Para residentes del lugar)

El presente trabajo de investigación se realiza para conocer aspectos de la realidad que por la presencia del turismo en la localidad de Llachón se suscitan. Agradezco su tiempo y su aporte pues soy estudiante de turismo y me gustaría contribuir con su localidad.

1. ¿Ud. Está de acuerdo con la actividad turística en su localidad?

(Marque con X la opción correcta)

De acuerdo ( )

En desacuerdo ( )

No sabe ( )

2. ¿Cómo se siente respecto a la actividad turística en su distrito, le proporciona mayores oportunidades económicas? Marque SI - NO

Participa ( )

No participa ( )

Le gustaría participar pero no sabe cómo ( )

Porque cambiaría la actividad turística de su distrito .....

3. ¿Cuál de los siguientes servicios se mejoró en su distrito con la presencia del turismo? Marque con X

Comunicación ( )

Sanidad ( )

Transporte regular ( )

Educación ( )

Iluminación ( )

Señalización de caminos / calles ( )

Seguridad ( )

Agua potable ( )

Alcantarillado ( )

Otros .....

4. ¿Qué opina de utilizar la cultura como atracción turística? Marque con X

Revitaliza costumbres locales ( )  
 Las costumbres pierden significado ( )  
 Cambian las actividades tradicionales ( )  
 Porque.....

5. ¿Ud. Sabe bailar danzas típicas?

Si ( )  
 No ( )  
 Un poco ( )  
 Donde aprendió.....

6. ¿Los turistas ocasionan conflictos en el centro poblado?

Si ( )  
 No ( )  
 No sé ( )  
 Porque?.....

7. ¿En qué meses se produce la llegada de más turistas?

Enero-marzo ( )  
 Abril-junio ( )  
 Julio- setiembre ( )  
 Octubre - diciembre ( )

8. ¿Cuál es el comportamiento de la gente hacia el turista en Llachón?

(Marque con X)

Hospitalaria ( )  
 Servicial ( )  
 Atenta ( )  
 No muestra interés ( )  
 Recelosa ( )  
 Amable ( )  
 Otros.....

9. ¿Cuál de las siguientes frases caracteriza a Llachón?

(Marque con X)

El turismo proporciona oportunidades e intercambio cultural ( )

El turismo ocasiona pérdidas de acceso de actividades familiares agropecuarias y otras ( )

El turismo aumenta la comercialización de productos locales ( )

El turismo aumenta precios ( )

El turismo genera empleo ( )

El turismo disminuye desigualdades sociales ( )

El turismo ocasiona perdida de actividades de recreo y tiempo libre para el comunero. ( )

10. ¿Qué es lo que caracteriza a la gente de llachón en relación a otros lugares?

Amabilidad ( )

Sinceridad ( )

Comunicación ( )

Unión ( )

Rectitud ( )

Valoración de lo tradicional ( )

Integración ( )

11. ¿Qué cambios observa desde la llegada de turistas en su centro poblado?

.....

.....

.

**Entrevistas a profundidad** para significar aspectos socioculturales no estudiados cuyas temáticas serian

1. ¿Antes de la llegadas de turistas como fue su centro poblado?

2. ¿Qué es lo positivo que ocurre en la práctica del turismo y que lo negativo?

3. ¿Qué problemas sociales ha notado a causa del turismo en el centro poblado?

4. ¿Qué porcentaje de la población se beneficia del turismo?

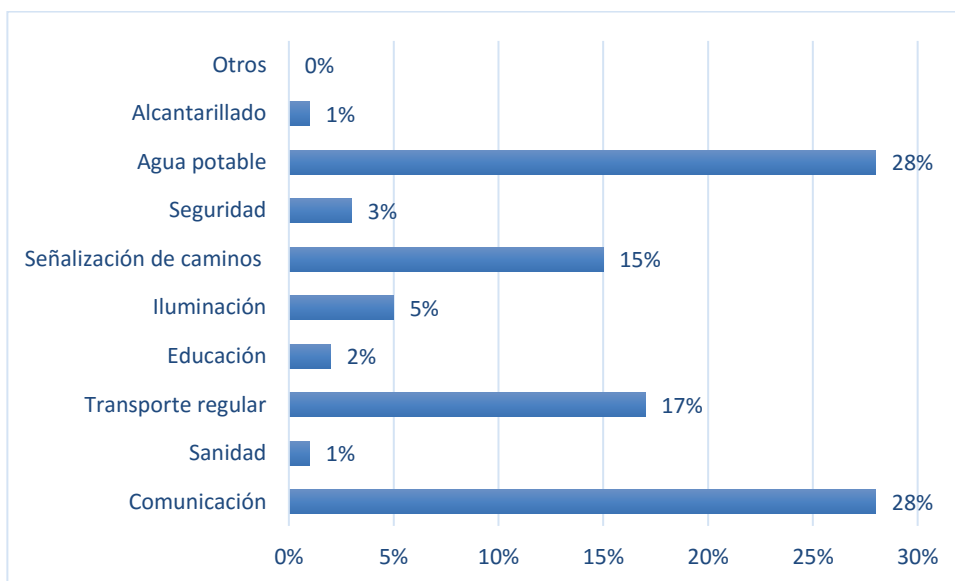
5. ¿De qué manera impacta el turismo sobre la población y su patrimonio?

6. ¿Qué le apporto el turismo a Llachón?

7. ¿El pueblo está preparado para recibir turistas?

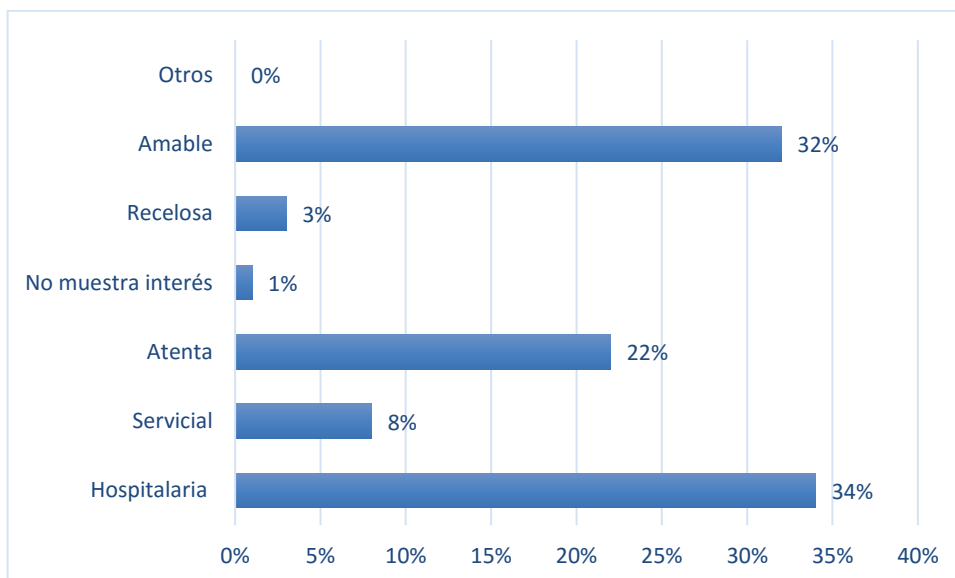


**ANEXO 03: FIGURAS**



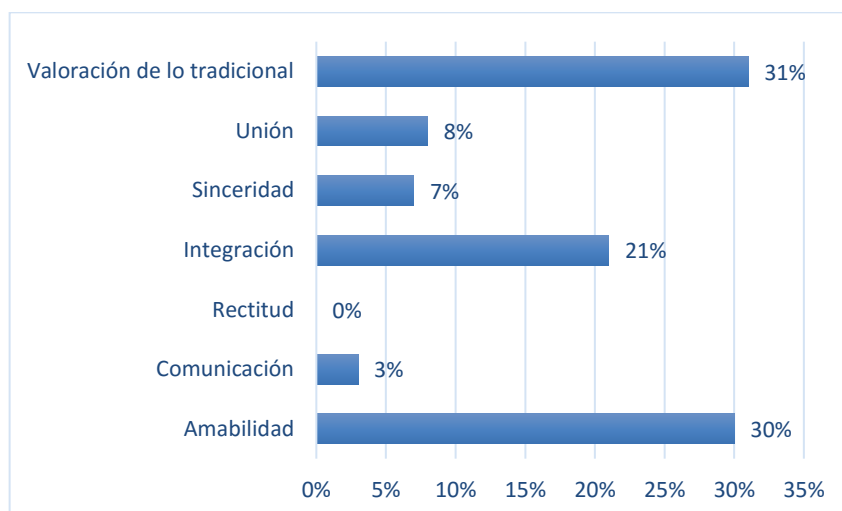
**Figura N° 4:** Mejoramiento de servicios por presencia del turismo

**Fuente:** Tabla N° 09



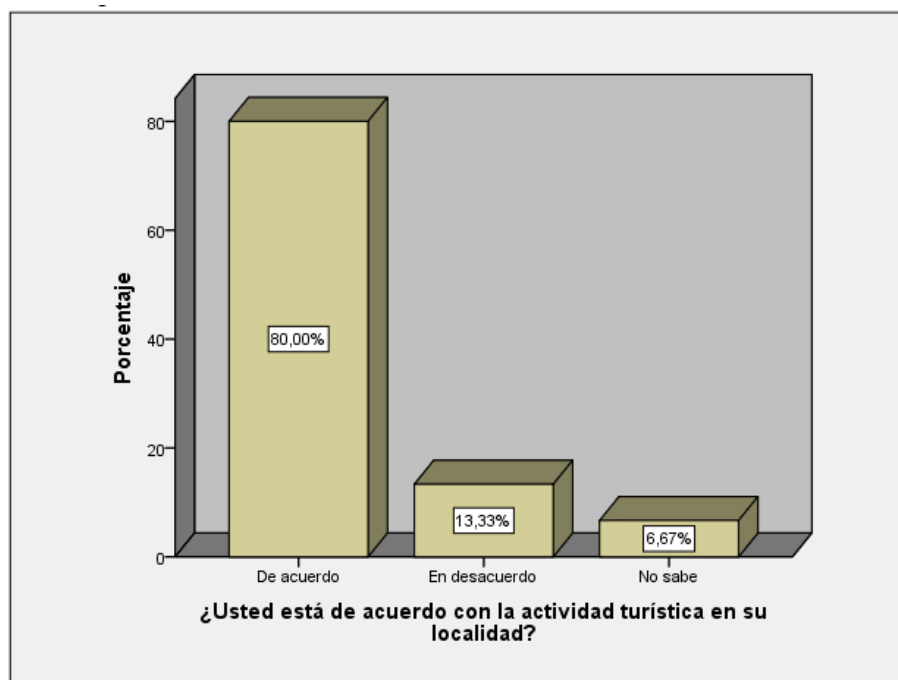
**Figura N° 5:** Comportamiento de la población frente al turista

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



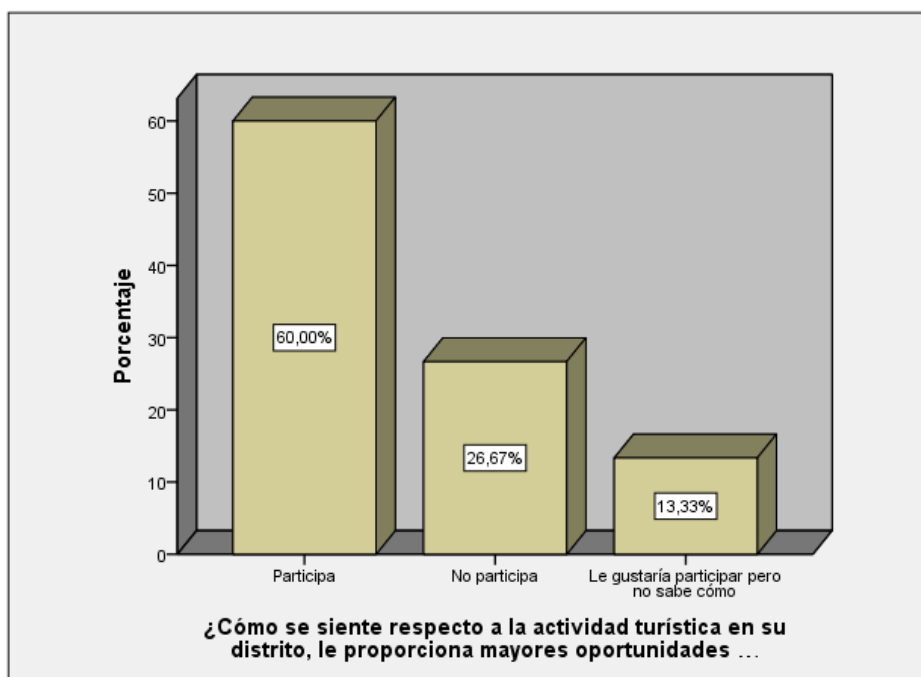
**Figura N° 6:** Características diferenciales de la población de Llachon

**Fuente:** Tabla 11



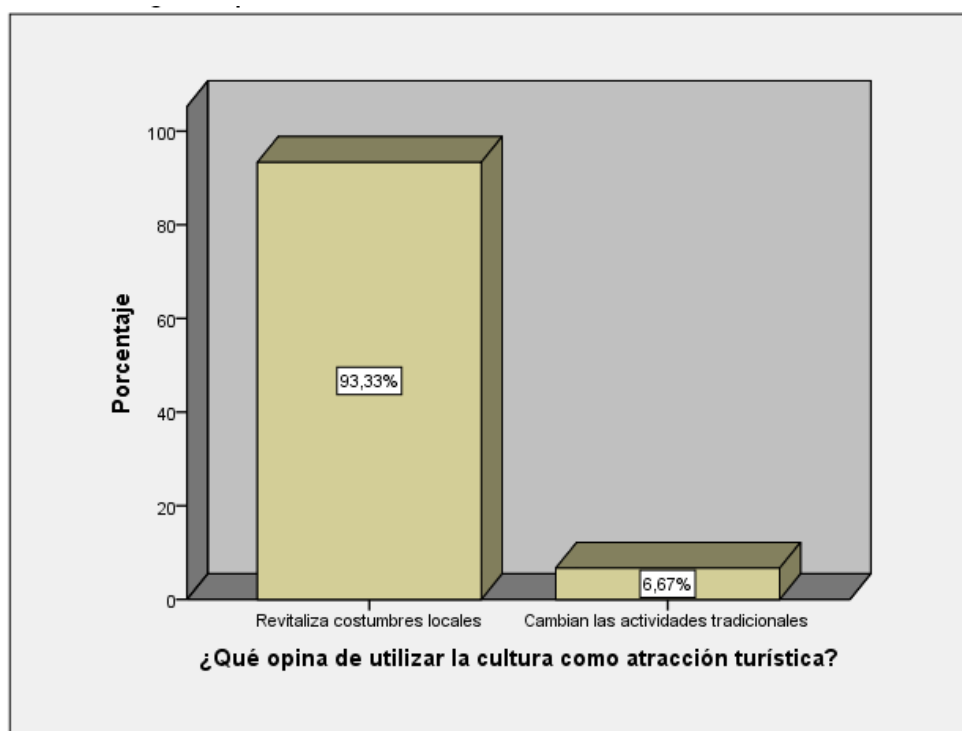
**Figura N° 7:** Está de acuerdo con la actividad turística en su localidad

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



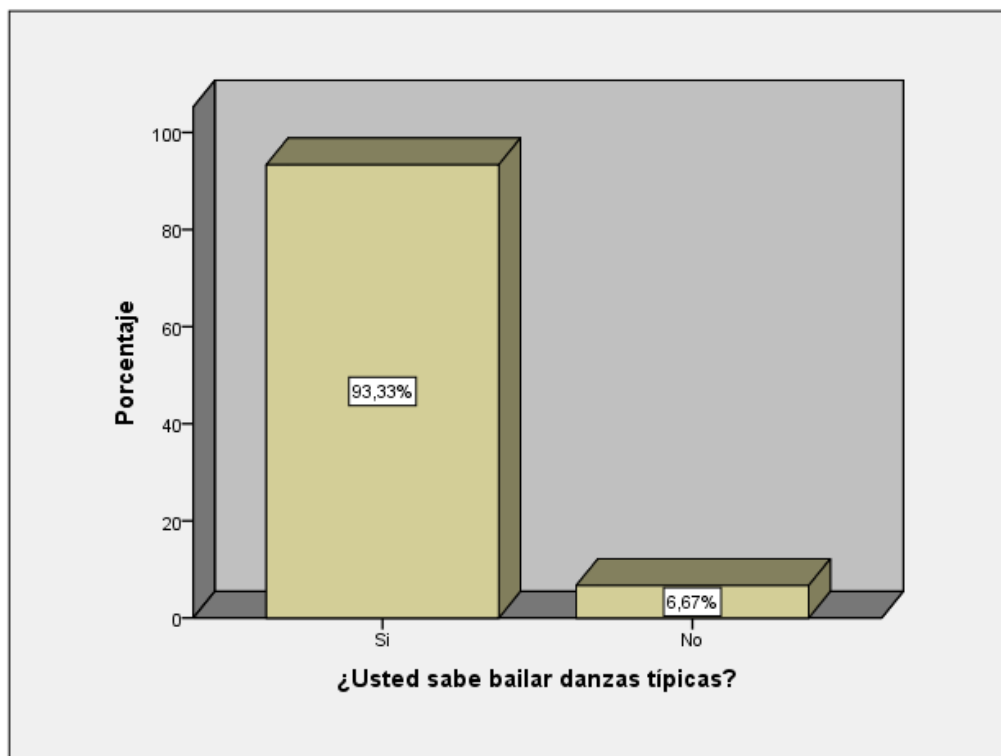
**Figura N° 8:** Como se siente respecto a la actividad turística en su distrito, le proporciona mayores oportunidades económicas

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



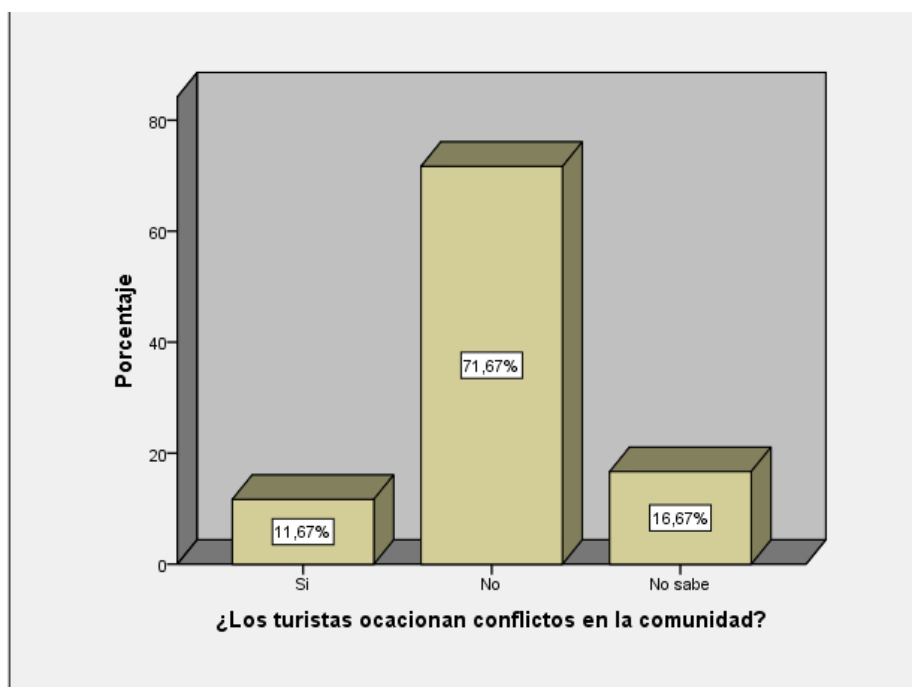
**Figura N° 9:** Que opina de utilizar la cultura como atracción turística

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



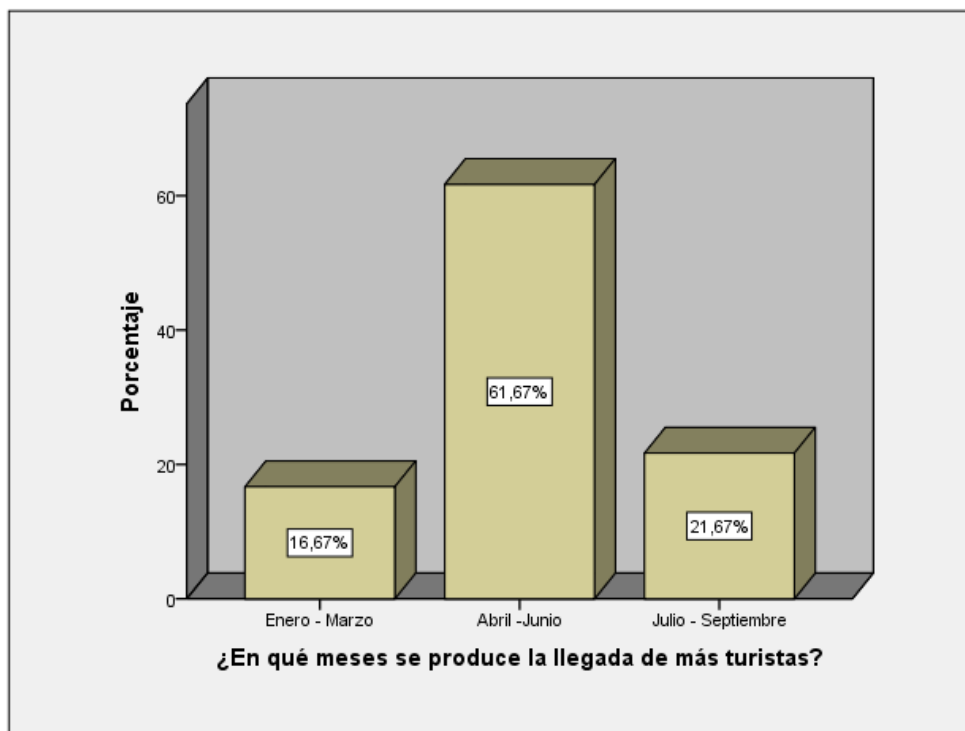
**Figura N° 10:** Usted sabe bailar danzas típicas

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



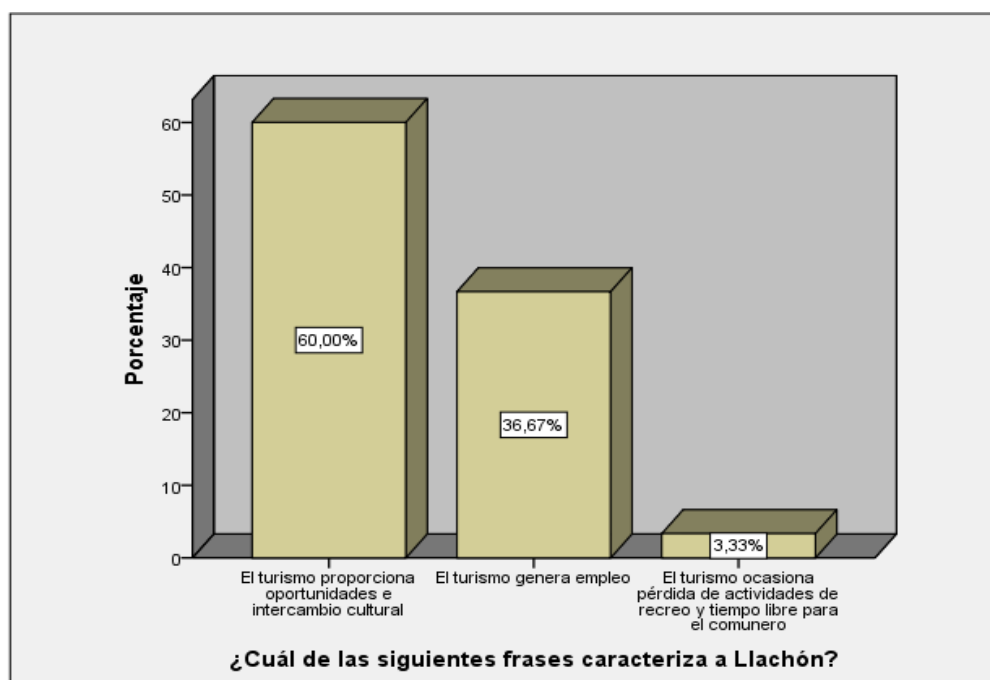
**Figura N° 11:** Los turistas ocasionan conflictos en la comunidad

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



**Figura N° 12:** En qué meses se produce la llegada de más turistas

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018



**Figura N° 13:** La frase que más caracteriza a Llachón

**Fuente:** Elaboración propia. En base a encuestas 2018

**ANEXO 03: DECLARACIONES Y CARTA****Declaración de Otavalo sobre Turismo Comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural.**

Los representantes de Bolivia, Ecuador y Perú al Encuentro Técnico Internacional sobre Gestión del turismo sostenible y competitivo: Alianzas entre Estado, Empresa y Comunidad, realizado del 12 al 14 de septiembre de 2001, organizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, la CONAIE, el Ilustre Municipio de Otavalo y la OIT, conscientes de nuestras responsabilidades y deberes acordamos: 1. Instar a los gobiernos nacionales a formular políticas que propicien un entorno favorable al desarrollo del sector del turismo, reconociendo la contribución específica de las culturas indígenas a la diversificación de la oferta para aprovechar las nuevas oportunidades que se generan en el mercado turístico mundial. 2. Promover una toma de conciencia nacional sobre la diversidad cultural, la interculturalidad y la equidad social con miras a integrar estas dimensiones relevantes en los programas de las instituciones educativas. 3. Fomentar la concesión de incentivos públicos al turismo comunitario que permitan realizar plenamente su potencial económico y minimizar los efectos nocivos en el medioambiente, el patrimonio cultural y los valores de los pueblos indígenas. 4. Impulsar programas de capacitación técnica para profesionalizar los recursos humanos del sector turístico en general, y optimizar la gestión y la calidad de los servicios de la empresa turística comunitaria en particular. 5. Promover en cada uno de los países y en el ámbito regional la institucionalización de una “Red de Turismo Comunitario” que promueva los destinos turísticos comunitarios, velando por la autenticidad y la sostenibilidad de los mismos. 6. Instar a los gobiernos nacionales, y en particular a los Ministerios de Turismo, a concertar y aplicar un marco jurídico que reconozca, regule y garantice el ejercicio de la empresa

turística comunitaria. 7. Comprometer a las instancias públicas promotoras del desarrollo del turismo a integrar en sus estructuras, instancias de representación, diálogo y concertación con el sector comunitario en procura del logro de sus objetivos específicos. 8. Alentar las alianzas institucionales y la ejecución de programas de interés común entre el gobierno central, los gobiernos locales, la empresa privada y las ONGs a fin de potenciar las ventajas del turismo comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural. 9. Comprometer a los gobiernos locales, a las instituciones públicas y privadas a facilitar a las empresas turísticas comunitarias el acceso a infraestructura, mercados y recursos financieros. 10. Institucionalizar y apoyar el ejercicio del turismo comunitario en el marco de los derechos colectivos de los pueblos indígenas consagrados en el Convenio núm. 169 de la OIT, ratificado por los países presentes en este encuentro. 11. Promover las expresiones genuinas de la identidad cultural de los pueblos indígenas, sus valores, símbolos y costumbres, los mismos que constituyen una fuente de diferenciación y competitividad para sus productos turísticos. 12. Fortalecer los organismos de representación y coordinación regional del turismo comunitario, y fomentar la solidaridad entre los pueblos y las culturas del mundo. Dado y firmado en Otavalo, Ecuador, el 14 de septiembre del 2001

**Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario** Nosotros, representantes de los pueblos indígenas y comunidades rurales de América Latina, congregados en San José, ratificamos los principios y recomendaciones de la “Declaración de Otavalo sobre turismo comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural” (septiembre del 2001), en la que instábamos a los gobiernos nacionales y locales, empresas privadas, ONGs y organismos de cooperación internacional a promover, apoyar y garantizar el ejercicio del turismo comunitario. Si bien reconocemos que se han logrado avances

importantes en los últimos años, creemos que es necesario llevar a cabo mejoras de las políticas y estrategias nacionales de turismo, fortalecer nuestras organizaciones y optimizar la gestión de los servicios que brindamos a los turistas. Las comunidades de Bolivia, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Perú, convocadas a consulta por la OIT, no hemos desmayado en nuestro empeño por posicionar el turismo comunitario como uno de los componentes estratégicos del desarrollo local, nacional y regional. Convencidos de que esta forma de turismo contribuye a generar ingreso y empleo en nuestros países, y puede traer bienestar a nuestras comunidades, declaramos que:

1. Nuestra concepción del desarrollo del turismo se sustenta en los valores de solidaridad, cooperación, respeto a la vida, conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad biológica que éstos albergan. En consecuencia, estamos en contra de todo desarrollo turístico en nuestros territorios que cause perjuicio a nuestros pueblos, su cultura y el medio ambiente.
2. Aspiramos a que nuestras comunidades prosperen y vivan dignamente, mejorando las condiciones de vida y de trabajo de sus miembros. El turismo puede contribuir a concretar esta aspiración en la medida en que hagamos de él una actividad socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable. Con estos fines, reclamamos una justa distribución de los beneficios que genera el turismo entre todos los actores que participamos en su desarrollo.
3. Somos conscientes de que el turismo puede ser una fuente de oportunidades, pero también una amenaza para la cohesión social de nuestros pueblos, su cultura y su hábitat natural. Por ello, propiciamos la autogestión del turismo, de modo que nuestras comunidades asuman el protagonismo que les corresponde en su planificación, operación, supervisión y desarrollo.
4. El turismo debe complementar adecuadamente nuestra economía comunitaria y



familiar, potenciando el desarrollo de la agricultura, la pesca, la artesanía, la pequeña agroindustria, el transporte y otros servicios. En esta óptica, queremos explorar toda iniciativa productiva sostenible que contribuya al desarrollo económico local y genere empleo nuevo y trabajo decente en nuestras comunidades.

5. Queremos que nuestra cultura y sus diversas formas de expresión permanezcan vivas y auténticas, y se revitalicen gracias a los encuentros interculturales que propiciamos. Abrigamos la esperanza que el diálogo entre diferentes culturas contribuya al entendimiento entre los pueblos y a la edificación de una cultura universal de paz.

6. En nuestras asambleas comunitarias hemos consensuado Códigos Éticos con el objeto de regular el comportamiento de los turistas y sus relaciones con la comunidad. El presente encuentro consultivo nos ha permitido apreciar la pertinencia de sus contenidos, orientados a salvaguardar los invalorable recursos naturales, culturales y sociales de nuestro patrimonio comunitario. La utilidad práctica de estos códigos se ha traducido en experiencias turísticas de calidad para el visitante y en bienestar para las comunidades anfitrionas. En consecuencia, invitamos a los operadores turísticos y a los viajeros solidarios a fomentar su reconocimiento, difusiones y observación, en aras de una convivencia intercultural armoniosa. El Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT debe también inspirar dichos comportamientos.

7. Reafirmamos el derecho de propiedad y control de nuestras tierras y territorios -fuente de subsistencia, identidad y espiritualidad-, derecho consagrado en el Convenio núm. 169 de la OIT, ratificado por todos los países presentes en este evento. Consideramos que al emprender cualquier actividad económica, y el turismo en particular, ha de adoptarse una política de planificación y gestión sostenible de los recursos naturales. Queremos ser cautos a la hora de construir infraestructura nueva o de ampliar la existente. Declinamos vender o ceder en concesión nuestras tierras a personas que no sean de nuestras

comunidades. Desaprobamos toda decisión que contravenga este principio.

8. Reafirmamos nuestro derecho de consulta previa y participación bien informada en los procesos de adopción de decisiones relacionados con la planificación, ejecución y evaluación de políticas y programas en materia medioambiental, cultural, económica y turística, en la medida en que esas decisiones afecten directamente nuestras vidas, instituciones y bienestar espiritual. La consulta previa habrá de llevarse a cabo a través de nuestras organizaciones representativas, respetando las instancias establecidas y los procedimientos apropiados.

9. Alentamos la participación de equipos interdisciplinarios en la planificación comunitaria, en la gestión y operación de los servicios turísticos, al igual que en la realización de estudios para apreciar la incidencia del turismo en la vida de nuestras comunidades. 10. Invitamos a las instituciones nacionales e internacionales de cooperación, así como a los organismos públicos y privados favorables al turismo comunitario, a sumar sus esfuerzos para consolidar nuestra Red de Turismo Sostenible (REDTURS) en América Latina, impulsada por la OIT. Acordamos que su misión es fortalecer y desarrollar las redes locales, nacionales y regionales de turismo rural comunitario, brindándolas servicios para el desarrollo sostenible de nuestros pequeños negocios, mediante: a) la elaboración de un marco conceptual y estratégico sobre el turismo comunitario a fin incorporarlo en las políticas y agendas de gestión pública y privada de nuestros países; b) la constitución de una Secretaría Técnica Regional que procurará conseguir cooperación internacional para emprender tareas prioritarias como: • el afianzamiento de las redes locales, nacionales y regionales de turismo comunitario; • la producción, recopilación y difusión de información relevante sobre el turismo; • el fomento del intercambio de experiencias entre comunidades; • el apoyo a la promoción y mercadeo de los destinos turísticos comunitarios en el mercado europeo gracias a la

participación en ferias y salones, y al lanzamiento de una marca de autenticidad de REDTURS; c) el establecimiento de alianzas estratégicas de colaboración y apoyo con otras redes y agencias internacionales como la CONPEHT, la OMT, el PNUD, la FAO-FIDA, la UNESCO y el IICA, entre otras; d) el impulso a la creación dentro de la institución rectora de la política nacional de turismo, de una unidad técnica con capacidad para promover y afianzar las redes locales y nacionales de turismo comunitario; e) la aplicación de las conclusiones y el seguimiento de las recomendaciones del presente encuentro consultivo comunitario. Dado en San José de Costa Rica, el 28 de octubre 2003

**Carta del Turismo Sostenible Los participantes en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, reunidos en Lanzarote, Islas Canarias, España, del 27 al 28 de**

**Abril de 1995** apelan a la comunidad internacional, y en particular INSTAN a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los decisores y profesionales en materia turística, a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y a los propios turistas, a adoptar los siguientes principios y objetivos de esta declaración:

1. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.
2. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.
3. El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a

muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos. 4. La actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo. 5. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto público como privado. Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional. 6. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados. 7. Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basados en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos. 8. Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local. 9. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento

sociocultural de cada destino. 76 10. Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONGs y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible 11. Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo. Ello implica un cambio en los modelos de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan la internalización de los costes medioambientales. 12. Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental. En este marco, es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente armónicos que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística. 13. Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir prioridad especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible. También han de recibir tratamiento especial las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos y de alto impacto. 14. La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de las pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica. 15. Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONGs responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas

ambientalmente sostenibles. 16. La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional. 17. La industria turística, en colaboración con los organismos y ONGs con actividades relacionadas con el turismo, deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas. Realizarán el seguimiento de los logros alcanzados, informarán de los resultados e intercambiarán sus experiencias. 18. Habrá de prestarse una atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas. 19. Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables. 20. Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote.