



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO PUNO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



CLUSTERIZACION Y TURISMO RURAL VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD DE LUQUINA CHICO - CHUCUITO

TESIS

PRESENTADA POR:

BACH. VILMA JUSTO CLAVITEA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2015



DEDICATORIA

*Con inmenso cariño a mis padres Felipe Justo y
Rosa Clavitea, por su esfuerzo y sacrificio
incondicional en mi formación profesional.*

*Al motor de mi vida mi familia, mis tesoros
Marcos Ojayit, Rahid Jaime y Adriana
Yamilet*

Vilma...



AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, por darme la oportunidad de estudiar en sus claustros universitarios.

A la Escuela Profesional de Turismo que me inculco la importancia de la actividad del Turismo, durante una extensa formación de cinco años de dedicación e investigación.

A cada uno de los docentes de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias Sociales, que día a día se esfuerzan para impartir una formación de alto nivel.

Agradezco especialmente a mi director y asesor Lic. Jaime Huaracha Velásquez, por sus acertados aportes, orientaciones y profunda dedicación en el asesoramiento de la presente tesis de investigación, gracias por su amistad y por todo lo aprendido.

Mi más sincero agradecimiento a los Emprendedores de la Comunidad de Luquina Chico por su amabilidad y colaboración durante la investigación.

Mi agradecimiento a mis jurados revisores de la presente investigación a la Dra Luz Egidia Arcaya Chambilla, Dra Noemi Cayo Velasquez y la Dra. Katia Barrientos Paredes que han aportado muchísimo para el resultado de la presente Tesis.

A ellos mi gratitud.



INDICE GENERAL

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
INDICE GENERAL	
INDICE DE FIGURAS	
INDICE DE TABLAS	
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
CAPITULO I	
INTRODUCCION	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2.1. Problema Principal.....	15
1.2.2. Problemas Subsidiarios.....	15
1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.3.1. Hipótesis General:.....	16
1.3.2. Hipótesis Específicas:	16
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.5.1. Objetivo General.....	18
1.5.2. Objetivos Específicos:	18
CAPITULO II	
REVISION DE LITERATURA	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.1.1. A nivel regional.....	19
2.1.2. A nivel nacional	21
2.1.3. A nivel internacional.....	25
2.2. MARCO TEÓRICO.	28



2.2.1. Cluster e importancia	29
2.2.2. Componentes del Cluster	30
2.2.3. Características Básicas de un Cluster	31
2.2.4. Formación de un Cluster	32
2.2.5. La Pluriactividad y el Desarrollo de las Áreas Rurales	34
2.2.6. Características de un “Cluster” de Turismo de Clase Mundial, Según de INCAE- CLACDS. (2000).....	36
2.2.7. Turismo rural	41
2.2.8. Objetivo general del turismo rural comunitario en el PERÚ- MINCETUR (2008).....	42
2.2.9. Actividades Propias del Turismo Rural.....	43
2.2.10. La sostenibilidad turística rural.....	45
2.2.11. Turismo Vivencial.....	46
2.3. MARCO CONCEPTUAL	46

CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.	53
3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO	53
3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO	53
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO.....	53
3.5. DISEÑO ESTADÍSTICO.....	54
3.6. PROCEDIMIENTO	54
3.7. VARIABLES DE ESTUDIO Y OPERACIONALIZACIÓN:.....	55
3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	56
3.9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	57
3.9.1. Enfoque de Investigación.....	57
3.9.2. Tipo de Investigación.....	57



3.9.3. Método y Diseño de la Investigación	57
3.9.4. Unidades de Observación:	57
3.9.5. Unidades de Análisis:	57
3.9.6. Nivel de Análisis:.....	57
3.9.7. Ejes de Análisis:.....	58
3.10. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	58
3.10.1. Técnicas	58
3.10.2. Instrumentos.....	58
CAPITULO IV	
RESULTADOS Y DISCUSION	
4.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN	59
4.1.1. Antecedentes Históricos de Luquina Chico.	59
4.1.2. Aspectos Generales y Geográficas de Luquina Chico.....	61
4.1.3. Accesibilidad	65
4.1.4. Población	65
4.1.5. Ecología	66
4.1.6. Actividad económica y sectores productivo	68
4.1.7. Gastronomía.....	71
4.1.8. Saneamiento.....	72
4.1.9. Servicios y actividades turísticas	72
4.1.10. Atributos comparativos de Luquina Chico.	73
4.2. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	74
4.2.1. Aspectos socio demográficos del emprendedor del turismo rural vivencial en Luquina Chico.....	74
4.2.2. La oferta turística clusterizada de los emprendimientos del turismo vivencial de Luquina Chico	78



4.2.3. Clúster de la línea de alimentación	80
4.2.4. Recepción a su llegada al emprendimiento vivencial	81
4.2.5. Servicio de atención al Cliente	82
4.2.6. Clúster y las atracciones turísticas	83
4.2.7. Impactos de la clusterización en el aspecto socio cultural económico y ambiental de Luquina Chico a partir de los servicios de apoyo	85
4.2.8. Clúster a Partir de los Servicios de Apoyo	86
4.2.9. Ventajas de la clusterización y la competitividad en el mercado del turismo vivencial.....	87
4.2.10. Clúster y Transportación.....	88
4.2.11. Clúster e infraestructura de transportes.....	88
4.2.12. Papel del sector privado en el mejoramiento del “cluster” turístico en Luquina Chico para la Competitividad.	90
4.2.13. El cluster turístico competitivo de Luquina Chico.	91
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	96
ANEXOS.....	99

Área : Ciencias Sociales

Tema : Gestión de destinos turísticos

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 28 de enero de 2015



INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cluster Turístico Concéntrico.	34
Figura 2. Organizaciones Conexas y de Apoyo en un Clúster Turístico.....	39
Figura 3. El gobierno y los clusters	40
Figura 4. Mapa de ubicación geográfica.....	62
Figura 5. Edad de los emprendedores.....	74
Figura 6. Genero de emprendedores.....	75
Figura 7. Estado civil.....	75
Figura 8. Grado de instrucción	76
Figura 9. Nivel de ingresos mensual.....	77
Figura 10. Actividades económicas.....	77
Figura 11. Habitaciones	79
Figura 12. Precio Promedio de Habitaciones	79
Figura 13. Recepción al Turista.....	81
Figura 14. Servicio al Cliente	82
Figura 15. Actividades más ofertadas por especialidad.....	84
Figura 16. Capacitación por especialidad.....	85
Figura 17. Promoción y comunicación.....	86
Figura 18. Canales de distribución	87
Figura 19 Evaluación de la accesibilidad	89
Figura 20. Evaluación del Embarcadero Lacustre.....	90



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	55
Tabla 2 Accesibilidad	65
Tabla 3 Indicadores de la Producción Agrícola en Luquina Chico	69
Tabla 4 Ganadería	70
Tabla 5 Atributos de Luquina Chico.....	73
Tabla 6 Cluster y oferta.....	78
Tabla 7 Servicio de Alimentación.....	80
Tabla 8 Precio promedio de alimentación	80
Tabla 9 Índice de ocupabilidad de los comedores	81
Tabla 10 Transportación Lacustre	88
Tabla 11 Transporte Convencional.....	88
Tabla 12 Edad	99
Tabla 13 Sexo	99
Tabla 14 Estado civil	99
Tabla 15 Grado de Instrucción.....	99
Tabla 16 Nivel de ingresos	100
Tabla 17 Actividades económicas	100
Tabla 18 Habitaciones y camasl	100
Tabla 19 Precio promedio.....	100
Tabla 20 Recepción al visitante	101
Tabla 21 Servicios esperados.....	101
Tabla 22 Actividades complementarias al tour.....	101
Tabla 23 Capacitación.....	102
Tabla 24 Forma de promoción.....	102
Tabla 25 Forma de distribución	102
Tabla 26 Evaluación de accesibilidad.....	102
Tabla 27 Evaluación de embarcadero lacustre.....	103



RESUMEN

El análisis económico se realiza a través del concepto de cluster turístico, referido al conjunto de empresas e instituciones que desarrolladas a partir de un recurso turístico base, en este caso de Luquina Chico, dan forma al producto global que caracteriza el destino. Su utilidad radica en la posibilidad de analizar los eslabonamientos productivos que conforman la cadena de valor y las relaciones que vinculan a las empresas y a las instituciones y la comunidad emprendedora. El objetivo de la investigación es determinar los efectos de la clusterización para la optimización del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico. Cuyos resultados se muestra que los impactos de la clusterización en los aspectos socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico se debe al soporte técnico que hicieron las entidades cooperante como Swiss Contac Suiza, ONG CEDES, DIRCETUR, Municipalidad Distrital de Chucuito, OGD Puno por el lado de la gestión pública y por el lado de la gestión privada se tiene a las Agencias de Viaje y Operadores de Turismo como Edgar Adventure, All ways Travel, Explorandes y Amaru Tours, son las que más proveen turistas resultado de ello tienen una buenísima oferta turística de los servicios de los emprendedores rurales. La metodología aplicada para la investigación es cuantitativa a nivel descriptivo.

Palabras clave: Alojamiento, cluster, impacto, oferta, turismo.



ABSTRACT

The economic analysis is carried out through the concept of tourism cluster, referring to the set of companies and institutions that, developed from a base tourist resource, in this case Luquina Chico, shape the global product that characterizes the destination. Its usefulness lies in the possibility of analyzing the productive linkages that make up the value chain and the relationships that link companies and institutions and the entrepreneurial community. The objective of the research is to determine the effects of clustering for the optimization of Rural Experiential Tourism in the Community of Luquina Chico. Whose results show that the impacts of clustering in the socio-cultural, economic and environmental aspects in Luquina Chico is due to the technical support provided by cooperating entities such as Swiss Contac Switzerland, NGO CEDES, DIRCETUR, District Municipality of Chucuito, OGD Puno by On the public management side and on the private management side, there are Travel Agencies and Tourism Operators such as Edgar Adventure, All ways Travel, Explorandes and Amaru Tours, they are the ones that provide the most tourists, as a result they have a very good tourist offer of the services of rural entrepreneurs. The methodology applied for the research is quantitative at a descriptive level.

Keywords: Accommodation, cluster, impact, offer, tourism.



CAPITULO I

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación, es un importante aporte al conocimiento de un mercado excepcional en la tipología del turismo rural vivencial, por la cantidad de productos ofertados. Además de ser un mercado interno, local; se apertura un espacio importante en un tiempo corto, a ello debe agregarse como se ha ido mejorando la calidad de servicios y una variedad de actividades turísticas adecuándose a la demanda de sus consumidores no solo nacionales; si no que están orientados al turismo receptivo.

La identificación de las estrategias de clusterización y seleccionar grupos objetivos al cual están orientados a la competitividad de destinos rurales, mediante esta herramienta, se pone de conocimiento las necesidades, deseos y expectativas de los turistas, asimismo, se define los atributos del producto turístico rural vivencial, y de esta manera, se pueda innovar y generar expectativas en la mente de los turistas, como también este se diferencie de la oferta de los competidores.

Las condiciones por estar en la rívera del Lago Titicaca le hacen atractiva a la Comunidad de Luquina Chico, como un destino potencial de gran importancia, que a su vez permite enriquecer la oferta de circuitos alternativos diferentes a los clásicos ya en uso dentro del mercado turístico de Puno.

Sin embargo cabe destacar que la actividad del turismo vivencial en la Comunidad de Luquina Chico está despertando a la población gracias al apoyo gubernamental, Dircetur, ONGs Swiss Contac Coperacion Suiza a través de cooperación internacional y agencias de viajes de la ciudad de Puno, permitiéndoles visualizar como aprovechar sociocultural y económicamente el turismo, desde la perspectiva empírica de la



clusterización como estrategia de competitividad con otros destinos turísticos rurales inmersos en el Lago Titicaca.

La investigación tiene por objetivo; determinar los efectos de la clusterización para la optimización del turismo rural vivencial de la Comunidad de Luquina Chico, para el cumplimiento de investigación se aplicó la investigación cuantitativa del tipo investigación descriptiva y por su profundidad el método de estudio es descriptivo no experimental diseño transeccional exploratorio por el motivo que existe relación entre variables o fenómenos de causalidad, se ha relacionado dos variables: Clusterización y Turismo Rural Vivencial.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Turismo Rural Comunitario es una de las actividades con mayor interdependencia del entorno comunitario donde se aprovecha los recursos naturales y culturales, puesto que éste es el principal motivo de la atracción turística que se oferta en las riveras del Lago Titicaca, específicamente en la Comunidad de Luquina Chico de la Península de Chucuito.

La comunidad posee una reducida extensión territorial, cuenta con variados y diferentes aspectos de atracción turística, los cuales necesitan una apropiada difusión para poder visitarlos con facilidad, y hacer posible una apropiada y realista promoción de los sitios turísticos que la componen, el problema en el sistema promocional en la actualidad no abarca todos los lugares turísticos que tiene y ofrece Luquina Chico, además el desconocimiento de la clusterización en la aplicación correcta del mercadeo turístico, tengan efectos con sus aliados empresariales privados e instituciones públicas y no gubernamentales,



haciendo que su competitividad no sea la óptima con los demás destinos rurales como Llachon y Taquile.

Todo lo mencionado conlleva a proveedores que prefieren otros lugares, debido a que los canales de comunicación no son las adecuadas por ende influye en el desconocimiento de la diversidad turística y emprendedora que tiene esta comunidad puede ser un detonante para que los productos de este atractivo sean sobreaprovechados y otros desconocidos. Si lo antes mencionado sigue ocurriendo la degradación progresiva debido a la utilización intensiva e inadecuada de algunos servicios turísticos que posee Luquina Chico afecta en la baja afluencia turística, igual de hermosos puede que las personas no los conozcan y no los visiten, lo que conlleva al crecimiento económico lento y que en algunos casos ya no se pueda encontrar como destino turístico y el lugar sea utilizado para otras actividades económicas. Por lo tanto, el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad mediante la estrategia de clusterización, que permitan una gestión global del Turismo Rural Comunitario, con el fin de asegurar su durabilidad a largo plazo, garantizando así la viabilidad económica del turismo en el futuro.

El cluster turístico es el proceso que pretende desarrollar estrategias y ejecutarlos para vender un destino o producto turístico tomando en cuenta; precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan tanto al consumidor de estos bienes como al que provee los mismos. La estrategia de la clusterización de Luquina Chico, se enfoca a partir de que es un lugar cercano a la ciudad de Puno y de paso al principal atractivo del Lago Titicaca como es la Isla de Taquile pero poco conocido y visitado a pesar de que posee grandes potencialidades turísticas naturales, culturales, gastronómicas y de



alojamiento rural en un poco de extensión de tierra; pretende no sólo publicidad y promoción de lugares turísticos, sino que también incluye análisis de productos, precios y canales de distribución además del estudio de comportamiento hacia el turista y proveedores para que Luquina Chico sea el producto turístico en la mente de los habitantes de Puno y de los Agentes de Viaje y Operadores Turísticos.

La inadecuada utilización de la estrategia de clusterización en base al producto, el mercado, y las necesidades de los clientes las deficiencias se verán afectadas cuando se seleccione los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un destino turístico que abarque los requerimientos y exigencias de un mercado turístico globalizado y cambiante debido a la oferta turística que se encuentra a la mano de todas las personas quienes requieren un servicio integrado, es decir un enlace entre el lugar, el servicio, la amabilidad y calidez, lugares naturales adecuadamente organizados.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Por estos fundamentos nos formulamos las siguientes interrogantes de investigación:

1.2.1. Problema principal

¿Cuáles son los efectos de la clusterización para la optimización del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico?

1.2.2. Problemas subsidiarios

- ¿Cómo influye la oferta turística en la gestión de los emprendimientos rurales de Luquina Chico?



- ¿Cuáles son los impactos de la clusterización en aspecto socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico?
- ¿Cuáles son las ventajas de la clusterización en ámbito de la competitividad y necesidades del mercado del turismo rural vivencial de Luquina Chico?

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general:

La estrategia de la clusterización permite la optimización de la competitividad del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico.

1.3.2. Hipótesis específicas:

- La oferta turística clusterizada influye en la organización de los emprendedores rurales de Luquina Chico.
- Los impactos de la clusterización dinamizan las actividades; socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico
- Las ventajas de la clusterización influyen significativamente en la competitividad del destino turístico rural vivencial.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La comunidad de Luquina Chico es un lugar paisajístico de atracción turística a través de una oferta alternativa del turismo vivencial rural, que repercuten en la dinámica de las Agencias de Viaje y Turismo de Puno una parada casi obligada de los turistas ya que su encanto paisajístico y cultura viva es inevitable visitarlo porque está en el trayecto de Puno a las Islas Taquile y Amantani del Lago



Titicaca, por tanto existe permanentes excursiones, la finalidad de la investigación se consolida en fortalecer la clusterización en favor del desarrollo del turismo rural vivencial fundamental para llevar cabo acciones de mejora.

Desde el punto de vista de la conveniencia de la investigación los emprendedores de la Comunidad de Luquina Chico ofertan un turismo alternativo a través de una diversificación de actividades complementarias a sus actividades cotidianas, asumiendo una dinámica de la atención a nivel alojamiento, alimentación, y otras complementadas con la vivencia rural. En el caso de la investigación ha sido muy fortalecida a las respuestas de su oferta debido a que consolidaron su actividad gracias al apoyo del sector privado y público y de cooperación internacional para el surgimiento de la actividad del turismo rural comunitario.

La investigación tiene relevancia social en la medida que se ha obtenido el conocimiento del turismo rural comunitario a través de sus emprendimientos turísticos de la cual fortalece su socialización aplicando técnicamente la clusterización que les permitió optimizar la demanda turística a través de la prestación de sus servicios y por consiguiente generará mayor afluencia turística la cual traerá mayor dinámica social en las familias que se dedican a esta actividad.

Tiene implicancias prácticas a partir del conocimiento del nivel de cluster turístico de los emprendedores el nivel de servicio y el nivel de satisfacción del turista en la estadía vivencial con las familias, hubo deficiencias en la venta de los servicios, pero gracias a las capacitaciones que recibieron del sector público y privado mejoraron las deficiencias convirtiéndolas en buenas prácticas de la actividad turística.



La investigación tiene valor teórico porque está apoyado a partir de la teoría del cluster turístico, como el conglomerado que fortalece a los emprendedores de la comunidad de Luquina Chico, desde la oferta la demanda y los servicios.

Finalmente, tiene utilidad metodológica porque se considera la evaluación del cluster a partir del cuestionario donde se muestra los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales que se han adaptado para promover el turismo rural vivencial desde la base de los servicios ofertados desde los proveedores como las agencias de viaje del Puno y viendo la expectativa del de turista en la visita que realizan a dicha comunidad.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.5.1. Objetivo general

Determinar los efectos de la clusterización para la optimización del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico.

1.5.2. Objetivos específicos:

- Conocer la oferta turística clusterizada de los emprendimientos rurales de Luquina Chico.
- Identificar los impactos de la clusterización en aspecto socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico
- Analizar las ventajas de la clusterización y la competitividad en el mercado del turismo rural vivencial.



CAPITULO II

REVISION DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A nivel regional

De Amat, E (2002) en su Tesis; “Propuesta de Ley y reglamento para la promoción del Desarrollo del Turismo Rural Sostenible en el Perú”. Este trabajo se realizó por la necesidad de elaborar una normativa que promueva el desarrollo rural en la actividad turística que consolide y garantice el desarrollo de las experiencias del turismo Rural y la propuesta de un proyecto de ley y reglamento que promoció el turismo rural sostenible en el Perú.

De Amat, G (1998), en su Tesis: “*Estrategias de Marketing para el desarrollo rural turístico de la isla Taquile*”. El cual nos muestra las primeras experiencias del desarrollo rural turístico en la comunidad de Taquile, que propone el mejoramiento en la calidad de los servicios (transporte lacustre, alojamiento, alimentación y entretenimiento) y la falta de nuevas estrategias de Marketing para el diseño de este producto turístico.

Según Torres (2009) en su Tesis; “*Incidencias socioeconómicas del turismo rural en Ccotos*”. Cuyo Objetivo es conocer las incidencias socioeconómicas del turismo rural en Ccotos y concluye que la influencia del turismo rural en el aspecto socioeconómico en los pobladores, se pudo notar que en realidad tuvieron un incremento en sus ingresos económicos para sus



familias de los pobladores que si se involucraron en la actividad turística, así aprovechando la existencia del aspecto físico – geográfico – natural del Centro Poblado de Ccotos y reúna las condiciones propicias y aptas para desarrollar el turismo rural.

Quispe (2007) en su Tesis; *“Desarrollo del turismo rural vivencial en el Distrito de Atuncolla”*. Tiene por objetivo proponer y determinar perspectivas de desarrollo del turismo rural vivencial en el distrito de Atuncolla para el beneficio de la población rural, concluye que un diseño de circuitos turísticos alternativos mejora los ingresos económicos de las familias asociadas y organizadas.

Según, Ticona (2010) en su Tesis; *“El Turismo Rural y sus tendencias Socioeconómicas en las Comunidades Circunlacustres de la Península de Chucuito- Puno”*, plantea el objetivo, conocer las incidencias socioeconómicas del desarrollo del turismo rural en las comunidades circunlacustre dentro de la jurisdicción de la península de Chucuito. Todas las tesis mencionadas se fundamentan básicamente como debe ser la organización desde el enfoque del turismo rural comunitario, basado en inventario turístico, sin embargo en su mayoría están inmersos en propuestas, programas, excursiones desde un enfoque más teórico, y de manera muy convencional, limitándose así en su mayoría a analizar la demanda potencial y el perfil del que los turistas desean o la participación de la población para la creación de productos turísticos en el que todos estén dispuestos a participar.



2.1.2. A nivel nacional

La postura más reciente se ampara en el paradigma de la sustentabilidad, aun cuando el predominio de la variable ambiental se ha hecho evidente. El enfoque local ha contribuido en la operacionalidad del concepto, al incluir, desde posiciones del nuevo institucionalismo y la incorporación de una perspectiva integral, conceptos como el capital social, la participación de la comunidad y la revalorización y el respeto de los activos patrimoniales, incluso la idea de *clúster turístico* cobra día a día una mayor relevancia. El debate sobre la sustentabilidad en el turismo y el enfoque local son indicios de la evolución conceptual por la que atraviesa, y al mismo tiempo, ofrece la oportunidad de seguir avanzando en su complejidad. De la misma manera es manifestación de un movimiento que surge del conflicto por el agotamiento de los recursos, en principio naturales, y de la injusta distribución de cargas y beneficios, movimiento que deriva en las reflexiones sobre el tema turismo responsable. Con una gran cantidad de seguidores, estos planteamientos teóricos siguen siendo vigentes hoy en día.

Los antecedentes acerca del turismo rural en la Región Puno, se fundamenta básicamente al uso sostenido en las penínsulas de Capachica y Chucuito teniendo un gran potencial para aprovechar el turismo rural comunitario en todos los destinos riverños, con una gama de productos turísticos. En lo que refiere



al estudio existe bibliografía con respecto a experiencias exitosas del turismo rural comunitario del Perú se tiene:

El Turismo en Llachón: En 1996 Se inició la actividad el turismo con aproximadamente 5 familias, se formó un comité llamado APROTUR. (Asociación de Promoción Turística) y en 1997 se realizan las primeras visitas de Agencias de Viajes, entidades públicas y privadas. En 1998 genera el interés de las instituciones como ARAVIT, PROMPERU y Ministerios en un Fam –Trips organizado por familias que brindan hospedajes y se logró promocionar mediante una resolución ministerial.

En 1999-2005 se crearon nuevas asociaciones en beneficio del turismo e incremento de más familias que brindan servicios de hospedaje. Asimismo se creó del Reglamento Turístico que es manejado por FEDETUR (Federación de Turismo Rural de Karina). Por otra parte, ha surgido el Turismo Rural en el Centro Poblado de Ccotos; El proyecto de Ccotos es esencialmente comunitario, pues son las familias que forman parte de la comunidad las que han tomado la iniciativa de sacarlo adelante. Es bueno destacarlo, pues la manera como dan vida a este proyecto es un soporte invaluable y solido de su autenticidad, pues con ello se define el trato y el carácter de la propuesta en relación con el visitante.

Los viajeros que vienen a Ccotos comparten con la comunidad no solo habitación y alimento; también costumbres, gastronomía, faenas agrícolas, conversación, sentido del humor.



Además, viajeros y comuneros se cuentan entre ellos sus propias historias, refieren las realidades de sus respectivas sociedades, analizan y discuten temas relacionados con el medio ambiente, las culturas ancestrales, el horizonte de la humanidad. En la actualidad la comunidad de Ccotos cuenta con hospedajes, con vistas al Lago Titicaca, lo que anima al viajero a permanecer no una, sino al menos dos noches en el poblado desde su habitación el visitante puede observar los cambios de luz en el cielo y de los tonos en el agua, según las horas del día; igualmente, la flora y fauna lacustres, tanto como el movimiento de las embarcaciones de pesca.

Turismo Rural en Amantani; El proceso del emprendimiento de Amantani es muy interesante, y surge cuando afines de la década de 1970, el gobierno de entonces desarrollo programas de promoción artesanal. A esto se suma las iniciativas para recuperar los restos precolombinos, sobre todo los dos templos situados en las partes altas y que corresponden posiblemente a las culturas Pukara o Tiahuanaco, y que actualmente se denominan Pachamama y Pachatata. Poco a poco con la llegada de los primeros grupos de viajeros, se fue estableciendo el sistema comunal de hospedaje y alimentación, mientras se consolidaba la feria artesanal, en la temporada alta europea (julio-agosto). También se rescató la tradicional fiesta de San Sebastián que se celebra a inicios de año.

El proyecto turístico de Amantani surge posteriormente la de Taquile, por tanto, aprende de este sus aciertos. Uno de ellos ha



consistido en mantener sólido el vínculo comunitario en la gestión y prestación de servicios, gracias a lo cual la experiencia de convivencia con las familias resulta sosegada y ordenada.

Turismo Rural en Raqchi. Uno de los proyectos de turismo rural comunitario más interesantes del Perú se encuentra a medio camino de Cusco y Puno, cerca de la ciudad de Sicuani. Pasar allí unos días permite al viajero descubrir un museo vivo donde lo ancestral mantiene su vigencia en distintas expresiones de cultura, como la cerámica, la música, la danza, la gastronomía, la indumentaria. Parte de la comunidad es el magnífico templo inca dedicado a Wiracocha.

El proyecto surgió como una necesidad de que el flujo turístico que llega al conjunto inca. Incidiera favorablemente en la comunidad. De ahí que el proyecto y la visita arqueológica estén muy relacionados. Lo interesante es que esta visita se enriquece con el guiado de los jóvenes locales, quienes describen los restos incas desde la perspectiva del poblador local. (PROMPERU MINCETUR.2008)

El estudio de Huatuco (2007) en su tesis *“Efecto de una Experiencia de Organización del Turismo Rural en la Comunidad del Distrito de Llachon”*. El turismo rural en Llachon se ha convertido en una actividad complementaria a las actividades tradicionales que realiza la comunidad (agricultura, ganadería, pesca y otros). Y son estas actividades tradicionales las que atrae el interés de más visitantes a esta zona rural. En cuanto a calidad de



servicios que ofrecen podemos decir que la mayoría de las familias cumplen con los implementos básicos dentro de las habitaciones, pero es necesario resaltar que hay un gran porcentaje de familias que aún no tiene balón de oxígeno ni botiquín de primeros auxilios requeridos por los turistas en esta zona alto andina. La mayoría de familias que pertenecen a la Asociación Artesanal de Llachon también trabajan independientemente es decir buscan otros mercados externos para vender sus productos artesanales, esto podría causar posteriormente que esta asociación se desintegre. La organización del Turismo Rural en la comunidad de Llachon es la base de la estructura del sistema turístico para el funcionamiento de las actividades turísticas dentro de la misma comunidad. Es por ello que el “Modelo del Sistema de Organización del Turismo Rural para la Comunidad de Llachon” servirá como alternativa viable para que tanto las autoridades gubernamentales de la comunidad, líderes, asociaciones turísticas y sobre todo las familias Puedan tomar decisiones en conjunto y guiar el futuro de su comunidad al progreso siendo ellos mismos los protagonistas de esos cambios.

2.1.3. A nivel internacional

La Comisión Europea (2002), según sus estudios menciona que la promoción del Clustering en el contexto del dominio turístico rural requiere necesariamente de un instrumento de acción, que lleve a cabo sobre el terreno las reflexiones esbozadas, siguiendo unos esquemas funcionales muy determinados. Parece



claro que el producto / destino turístico rural precisa para su nacimiento, afirmación y durabilidad de una coordinación centralizada y de un apoyo constante, no es creíble que unidades empresas desconectadas entre si puedan hacerlo de manera durable

Calderón (2005) en su Tesis; *“Distrito turístico rural un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. especial referencia al caso Andaluz”*. Indica que; la perspectiva “Cluster” del turismo rural implica que la actividad turística no puede ser concebida aisladamente del contexto socioeconómico circundante, como si de una economía de enclave se tratase, sino que debe estar profundamente imbricada en dicho entorno vital, si se pretende que el turismo rural pueda actuar como instrumento de desarrollo de la zona en cuestión. La reflexión anterior nos permite considerar:

- El rol central del “cluster” o “distrito” turístico rural, entendido como aglomeración sistémica de empresas y agentes turísticos locales, entendido desde una perspectiva instrumental, como tal herramienta base para la mejora sostenida de los niveles de competitividad del sistema turístico local;
- La competitividad turística de un destino rural puede disponer de una herramienta de valor considerable en el “distrito” que puede ayudar a construir de forma sistémica ese nivel de competitividad deseado, a partir de la planificación del espacio territorial y de su empleo funcional para fines turísticos, interviniendo donde la cadena productiva turística presenta mayores debilidades o disfunciones a nivel competitivo;



- Tanto la visión holística del turista como la subsiguiente búsqueda de la calidad en el Turismo rural, implican la necesidad de no limitar la óptica a los elementos propiamente “turísticos” del territorio (alojamiento, restauración, recursos, etc.,) sino de ampliar e involucrar en la perspectiva de la calidad a todos los componentes de la cadena de valor, desde los proveedores de bienes y servicios a las empresas hasta los que prestan directamente servicios a los turistas, pasando por los agentes institucionales y administrativos con competencias territoriales referentes al turismo y ordenación territorial, por lo que el “distrito” puede reforzar estas dinámicas. Ello no es baladí en un segmento como el turismo rural de exclusivo protagonismo de las PYMES, con muy elevados niveles de atomización y dispersión territorial, afectado por graves problemas de estacionalización de la actividad y de rentabilidad de la inversión de ahí que desde una perspectiva de Oferta sean imprescindibles la generación de dinámicas de consenso entre los diferentes prestadores de servicios turísticos locales de cara a la coordinación de sus actividades, la cooperación y la interacción son fundamentales si se pretende completar el proceso productivo del turismo rural: la creación del producto; la comercialización efectiva del mismo, la adquisición por los potenciales consumidores; el consumo y disfrute del producto; todo ello en condiciones de competitividad.



2.2. MARCO TEÓRICO.

Según Zamorano (2004), indica que el turismo rural alternativo, es la forma integrada para vivenciar nuestro país, a partir de un alojamiento digno con el fin de realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las experiencias culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Al igual que el turismo comunitario entiende toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales, comunitarios, con arreglo prácticas de cooperación y equidad en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos. El rasgo distintivo del turismo comunitario es su dimensión humana y cultural, orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Maldonado 2008).

Saxena y otros (2007). El concepto de *Turismo Rural Integrado* se fragua a través de la construcción de redes que permiten a los actores locales explotar y permutar recursos. Las redes facilitan a los actores acceso a información, movilizar y compartir recursos, implicarse en acciones de cooperación para lograr beneficios mutuos, desarrollar una visión colectiva y difundir ideas con la perspectiva de atraer visitantes. La premisa es que las áreas rurales pueden especializarse en algún tipo de producto turístico, organizando su producción de forma flexible, generando redes, que permita explotar sus ventajas comparativas. Se podría conceptualizar como una red de redes de actores locales y actores externos, donde los recursos locales se movilizan para desarrollar la ventajas y capacidades de las comunidades rurales (citado por Sáez, 2009).



Cunha, y Aricó (2001) respecto a la clusterización indica que es una de las formas de definir las estrategias y políticas, dentro del ámbito nacional y regional, orientadas al desarrollo del ecoturismo, especialmente en áreas donde las aglomeraciones configuran una situación de *cluster* potencial y apoya a la planificación de acciones locales en la medida en que apunten a los temas críticos al desarrollo y perfeccionamiento de la cadena productiva relacionada con el turismo específicamente la importancia socio económica del ecoturismo para el municipio de Bonito.

2.2.1. Cluster e importancia

Cluster: se define como una concentración geográfica y sectorial de empresas e instituciones que interactúan en determinado campo, expertas en determinado terreno con proveedores de servicios especializados. Esta es una definición que responde a una lógica funcional/sectorial del cluster que limita los alcances del concepto (Porter, 1999).

A ello agregamos que cluster es un conjunto de cosas iguales que se agrupan en torno a un punto en común. Es decir; es un grupo de asociaciones interconectadas, compañías y/o empresas, las que se encuentran geográficamente cerca y están unidas por una serie de características comunes y complementarias. Los cluster se crean para mejorar la competitividad de la empresa por eso se define como un conjunto de empresas concentradas en un mismo entorno geográfico y que desarrollan una actividad económica similar o pertenecen a sectores industriales relacionados entre sí. Las empresas que forman parte de un



cluster cooperan para mejorar su competitividad y a la vez alcanzan objetivos comunes. Según las definiciones más tradicionales y recopiladas en nuestra investigación, hemos concluido que un clúster es un grupo de empresas y asociaciones interconectadas, que tienen ventajas comparativas a partir de su localización geográfica, desarrollan actividades industriales asociadas y obtienen beneficios a partir de sus características comunes y complementarias. También son conocidos como aglomeración de empresas, debido a que también en este concepto nos damos cuenta que se trata de cohesiones de empresas para un fin en común. Por ejemplo en turismo las empresas están unidas por un destino turístico en común, y a la vez ellos ofrecen diferentes actividades al turista.

El turismo es una actividad productiva que se consume donde se produce, de ahí que la planificación y gestión del espacio producción-consumo son importantes, pues muchos de los elementos del producto presentan un elevado componente territorial, sin olvidar los posibles conflictos de intereses de la pluralidad de agentes que inciden en el desarrollo turístico (Ivars, 2003).

2.2.2. Componentes del cluster

Según, Almarza, Arancibia y Miranda (2009) indican que el cluster tiene los siguientes componentes:

- Empresas Turísticas: se puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado" Las empresas turísticas se



pueden clasificar por multitud de criterios, entre ellos: El tamaño. El sector de actividad en el ámbito geográfico y la forma jurídica.

- Recursos Humanos: es el trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización y basada principalmente en la cantidad, calificación y coste del personal. Incluye además aspectos como desarrollo de destrezas, trabajo en equipo y cursos de capacitación.
- Infraestructura Turística: Son todos los pasos previos para la elaboración de un proyecto, es decir son todas las instalaciones que constituyen el elemento previo de una obra turística.
- Destino Turístico: a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

2.2.3. Características básicas de un cluster

Las características básicas que debe tener un cluster son que no tienen un área territorial claramente definida, existe una alta aglomeración de emprendedores se reconoce una cadena de valor predominante, engloba todos los procesos y servicios de una familia de productos, existe una alta especialización e innovación, existe flexibilidad de la producción, facilidad de acceso a redes y expertos, los participantes comparten un conjunto de valores, principios e identidad en común.



2.2.4. Formación de un cluster

Para formar un cluster es necesario trabajar con una Matriz de Identificación de Cluster de los emprendedores que lo conformarán, por tanto es necesario identificar a las empresas participantes según los siguientes criterios o variables:

- Pertenencia a un mismo negocio
- Cierta grado de especialización.
- Concentración Geográfica (territorio de localización de las actividades y su área de Influencia)
- Determinación de la masa crítica de empresas (Grandes, medianas y PYMES)
- Presencia de distintos eslabones de la cadena de valor y otras industrias o servicios relacionados.
- Orientación hacia mercados que no sean sólo locales (Nacionales e Internacionales)

La formación de un cluster puede realizarse a partir de un análisis estratégico de la industria como en el modelo de Porter que busca desarrollar ventajas competitivas para la industria, o bien a través del modelo de Benchmarking e imitar en la región donde se desarrolla la iniciativa los resultados obtenidos por otros cluster o encadenamientos del mismo sector o similares presentes en otros lugares del mundo. Según la opinión de varios autores se piensa que la formación de un cluster es un fenómeno que atrae naturalmente la presencia de empresas correlacionadas entre sí para un país o región, para alcanzar la ventaja



competitiva de forma conjunta. La presencia de industrias internacionalmente competitivas tiene un efecto multiplicador que proporciona clientes sofisticados, interna y externamente, y estimula los servicios relacionados.

También se dice que este tipo de configuración alcanza su éxito por la cooperación entre todos sus integrantes, cuando se consolida una historia de éxito de renombre mundial, que pasa a tener el efecto de atracción competitiva selectiva. Se favorece por el propio interés de coordinación de las empresas actuantes, la entrada de las empresas realmente más competitivas, eliminando las barreras tradicionales. Con el arribo de estos nuevos competidores, empresas complementarias y demás factores se produce un efecto multiplicador de eficiencia y competitividad (Porter, 1998).

Cluster turísticos: se caracterizan por servicios como alojamiento, restauración, transporte, etc. También son diferenciados por un marco geográfico como por ejemplo rutas, o por temas para mejorar la competitividad del destino turístico como por ejemplo turismo cultural, de naturaleza, gastronómico, etc. Cuando se define cluster turístico se debe saber que se aborda a cada uno de los elementos básicos de la competitividad territorial en sus distintos niveles:

- a) En el nivel microeconómico es necesario caracterizar la demanda y la oferta de servicios
- b) En el nivel meso económico se requiere analizar el funcionamiento de las instituciones

- c) En el nivel macroeconómico es necesario diferenciar entre los actores económicos aquellos netamente locales de los que estando presente en la localidad con sus actividades tienen un régimen de acumulación extra-local que son los niveles de cluster (Almarza, Arancibia y Miranda, 2009).

En el siguiente esquema definimos un cluster turístico como un conjunto de anillo concéntrico:

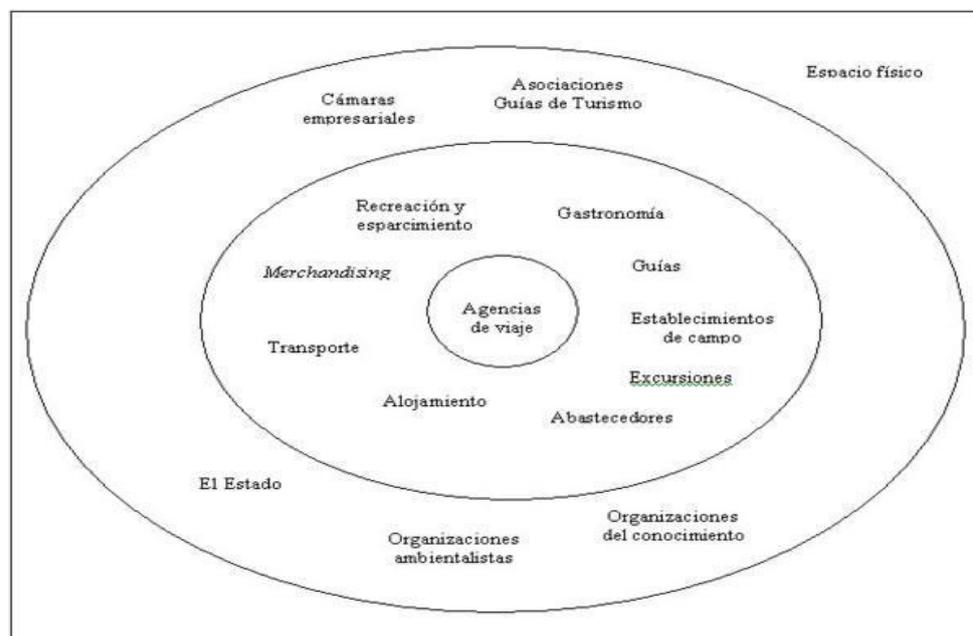


Figura 1. Cluster turístico concéntrico.

Fuente: Almarza, Arancibia y Miranda, 2009

2.2.5. La pluriactividad y el desarrollo de las áreas rurales

El desarrollo integrado de las áreas rurales es percibido como el modo de salir de la crisis generalizada. Para ello hay que diversificar las actividades económicas, pero también garantizar la calidad de los servicios -al menos de los básicos- a la población residente, especialmente de los servicios educativos, sanitarios o de ocio, como un factor encaminado a frenar la emigración. La mejora de la red de infraestructuras y transportes es también un factor importante para acabar con el aislamiento de muchas



áreas. Estas actuaciones podrán contribuir al mantenimiento de una población rural que tiene como misión ser cuidadora y conservadora del espacio rural: "jardineros de este espacio" (Los Certales, 1999).

El turismo rural como forma de desarrollo sostenible en el caso de Luquina Chico, una de las vías para mejorar el nivel de vida de la población rural es potenciar un modelo de desarrollo basado en la práctica de la pluriactividad y en el que sus principales actores e iniciativas surjan del propio medio local. La pluriactividad en el espacio rural no es reciente, pero se ha intensificado vinculándose a las mutaciones que han tenido lugar al emerger con fuerza un sistema productivo diversificado en el que ésta constituye un factor muy positivo que puede evitar la despoblación. El mundo rural evoca todo un tejido económico y social con un conjunto de actividades de lo más diverso como agricultura, artesanía, pequeñas y medianos negocios de servicios y es previsible que en el futuro las actividades secundarias y terciarias sigan en ascenso en muchas áreas rurales y que la actividad agropecuaria no se deje de lado por el turismo rural como actividad complementaria.

Según, Los Certales (1999) indica, el desarrollo de la actividad turística es y será un importante factor que puede contribuir al incremento del nivel de vida, al generar nuevas posibilidades de ingresos. El turismo y las diferentes actividades vinculadas a él, no siempre deben sustituir a las actividades agrícolas, sino darse de manera complementaria. La plurifuncionalidad que se predica como nota característica del espacio rural en la actualidad, debe permitir que sea compatible la utilización recreativa y la función productiva del territorio. En este contexto, el



turismo en los espacios rurales, se ha convertido en un verdadero motor de desarrollo, aunque es clara la inexistencia de un acuerdo generalizado sobre el modelo adecuado de gestión.

Por esta razón, un desarrollo integral de carácter endógeno en el medio rural se basa en la explotación de los recursos del medio natural, de los recursos demográficos y de aquellos otros que se han ido forjando durante la historia y del resto de los recursos que puedan tener un valor económico. Su objetivo es conseguir un impacto positivo en la población autóctona y un equilibrio ambiental, social y económico desde la perspectiva de un desarrollo sostenible, ya que éste constituye en la actualidad una variable explicativa básica en cualquier modelo de desarrollo económico; y ello supone preservar los ecosistemas y todos aquellos valores no sólo de carácter natural sino también culturales o patrimoniales y recuperar y fomentar las tradiciones y todo lo que contribuya a destacar la personalidad de una determinada área. Por esta razón, conservación y desarrollo no pueden ser concebidos como conceptos antagónicos y su compatibilidad es esencial para dinamizar los recursos locales.

2.2.6. Características de un “Cluster” de turismo de clase mundial, según de INCAE- CLACDS. (2000)

Considera lo siguiente:

2.2.6.1. Factores de producción.

a. Factores patrimoniales o básicos:



- Tesoros históricos, culturales o recursos naturales únicos, que no pueden transferirse o copiarse en otro lugar
- Accesible a poblaciones grandes y de altos ingresos.
- Población hospitalaria y amistosa.

b. Factores creados o avanzados:

- Disponibilidad de un número de empleados orientados hacia el servicio, y con destrezas básicas.
- Puntos de destino seguros y limpios, sin amenazas a la salud personal, la seguridad o la tranquilidad.
- Excelente infraestructura y servicios básicos:
Facilidad de llegada y traslado en el país
Buenas carreteras, con suficientes señales, y mapas disponibles
Opciones de transporte público limpio, seguro y eficiente (trenes, buses, taxis)
Comunicaciones accesibles y de buena calidad.
Agua potable, alcantarillado moderno, electricidad.
- Programas especializados de capacitación para gerentes de hoteles y restaurantes, servicios de traducción e idiomas, guías de campo, así como meseros, personal de hotel, agentes de viajes, funcionarios de “tours” y otros empleados de la industria de servicios-
- Acceso fácil a servicios financieros para el turista, en lugares ubicados convenientemente cerca de los sitios de interés, y con horarios adecuados a sus necesidades, amplia red de cajeros automáticos, aceptación amplia de tarjetas de crédito, etc.



- Acceso a información y orientación 24 horas al día

Centros de información turística

Guías, mapas y publicaciones turísticas

Información telefónica gratuita.

c. Estrategia de las empresas, estructura y rivalidad

Altos niveles de rivalidad entre proveedores de servicios que compiten entre sí. Esto conduce a:

- Creciente número de firmas experimentadas.
- Segmentación de mercado cada vez más sofisticada.
- Continua mejora de la prestación de servicios e innovación de productos.

Inversión sostenida y de largo plazo por parte del sector público y el privado, en infraestructura turística, puntos de destino y hoteles de recreo.

- Inversión gubernamental para mantener y proteger los activos patrimoniales, i.e.: parques nacionales, las playas y la vida silvestre.
- Inversión del sector privado en hoteles, restaurantes, atractivos, entretenimiento, manejo de “tours”, etc.

Ambiente regulador que fomenta, en vez de desalentar, la inversión y la competencia:

- Reglas y procedimientos claros no burocráticos para inversionistas, para autorizar nuevas empresas y proyectos.
- Trato justo e igualitario a extranjeros y nacionales
- Facilidad de hacer negocio

c. Condiciones de la Demanda

- La clientela turística es sofisticada y exigente, grande y diversificada.
- Los gustos de los turistas están en la vanguardia de las tendencias mundiales: lo que ellos exigen será imitado por otros turistas en el futuro.
- Alto volumen de visitantes repetitivos, con permanencias más largas y mayor gasto con el tiempo.
- Clara posición de mercado, bien publicitada y promovida
- Apreciación local y celebración de los aspectos únicos del punto de destino.

Organizaciones conexas y de apoyo en un “cluster” turístico

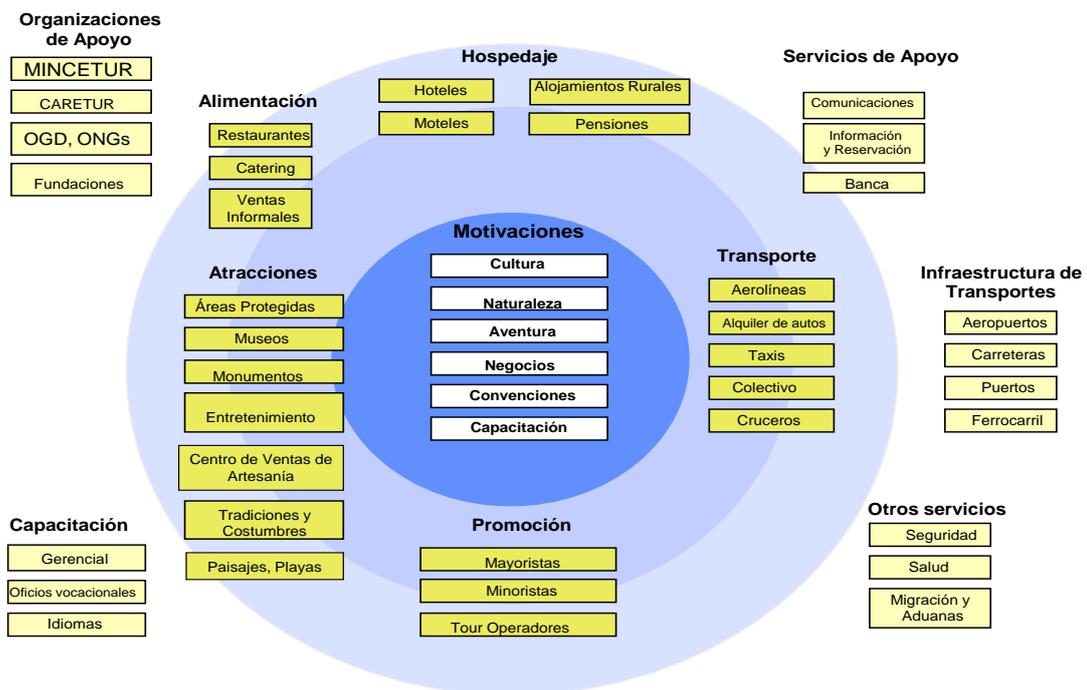


Figura 2. Organizaciones Conexas y de Apoyo en un Clúster Turístico
Fuente: Adaptado de INCAE- CLACDS. 2000

Papel del Gobierno en el mejoramiento del “clusters

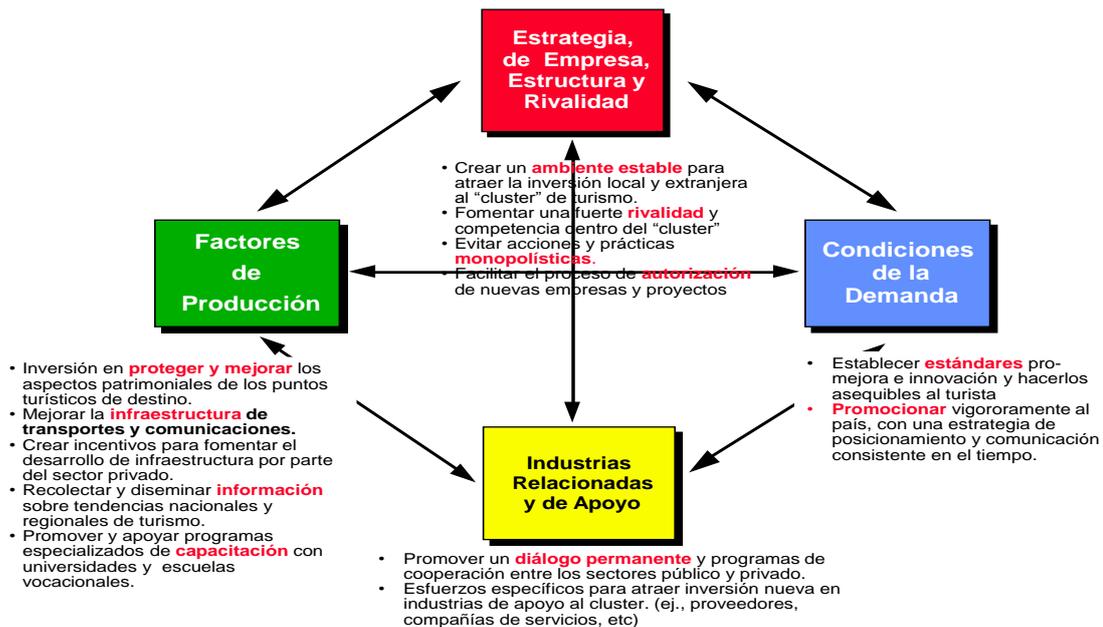


Figura 3. El gobierno y los clusters

Fuente: INCAE- CLACDS. 2000

d. Industrias Conexas y de Apoyo

Masa crítica de industrias de apoyo interrelacionadas, que provean servicios y productos de clase internacional a precios competitivos:

- Instalaciones de alojamiento
- Agencias de viajes y operadores de “tours”
- Compañías de entretenimiento
- Compañías de transporte
- Restaurantes
- Industrias de limpieza, servicio y reparación
- Administración de propiedades y servicios urbanísticos
- Servicios postales, de banca, seguridad y comunicaciones
- Otras industrias de abastecimiento.



Es importante mantener una buena comunicación entre los operadores de turismo y las instituciones de apoyo, comunicar los proyectos que se están dando o se darán en la ciudad, enfocados a desarrollar turísticamente Luquina Chico. Comunicar, hacer reuniones, ser más abiertos e inclusivos en estos emprendimientos es lo que solicitan los operadores de turismo a las instituciones, y no solo comunicar la fecha y la hora en que se llevaran a cabo ciertos eventos.

La mayoría de los operadores de turismo, poseen un proveedor de servicios específicos, ya que ellos acuden a los ofertantes como lo es Luquina Chico con una gama de oferta de alojamiento, alimentación y esparcimiento con carácter vivencial que repercute el encadenamiento productivo con respecto al turismo vivencial y los operadores turísticos .

2.2.7. Turismo rural

El Turismo Rural Comunitario en el Perú comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible con la participación prioritaria de las comunidades campesinas y/o nativas. (Pueblos Afro Peruanos y Pueblos Indígenas u Originarios. 2007).

Según la Organización Mundial del Turismo, el termino turismo se utiliza cuando una cultura es un componente clave del producto ofrecido el rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida



de la población local. El montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud, y el turismo cultural son tan solo algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del concepto de turismo rural. (Román & Ciccolella, 2009)

2.2.8. Objetivo general del turismo rural comunitario en el PERÚ-MINCETUR (2008)

“Contribuir, desde las zonas rurales, al desarrollo de un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico-social del Perú.”

a) Objetivos Específicos

- Fortalecer las capacidades de planificación y gestión de los gobiernos locales que promuevan la conducción del desarrollo turístico local.
- Generar a nivel local capacidades para la gestión del desarrollo turístico y del desarrollo empresarial del turismo rural comunitario.
- Promover la participación de la comunidad local, promoviendo el protagonismo de la mujer y los jóvenes en la actividad.
- Generar empleo y mejora de ingresos en la población local a través del emprendimiento en prestación de servicios y venta de productos conexos a la actividad turística.
- Contribuir a la reducción de la migración en las poblaciones rurales.
- Diversificar la oferta turística nacional, a través del desarrollo de productos turísticos competitivos en el ámbito rural.



- Promover el fortalecimiento de la identidad nacional y contribuir a la educación de la población peruana sobre la ruralidad, su composición y contribución a la sociedad.
- Promover la conservación de los recursos naturales y culturales a través de su uso planificado.
- Promover la coordinación multisectorial e intersectorial fomentando las intervenciones de otros programas/proyectos públicos y/o privados fomentando el fortalecimiento de las actividades productivas tradicionales y el desarrollo de servicios básicos en el medio rural.

2.2.9. Actividades propias del turismo rural.

Existen un gran número de actividades que los turistas o visitantes pueden realizar en el medio rural. A continuación, mencionamos algunas de los más practicados en distintos lugares donde se desarrolla el turismo rural son:

- Actividades y prácticas agrícolas tradicionales: siembra, cosecha, deshiebo.etc.
- Observar y/o participación en actividades pecuarias: visitas a estancias ganaderas, ordeño de vacas, esquirla de ovejas, manejo de ganado, pastoreo.
- Cabalgatas
- Observación y práctica de actividades tradicionales: recolectar sal, elaborar chuño (papa deshidratada).
- Observación de andenes y cultivos andinos.
- Tratamientos de salud: curanderos, baños termales.



- Danzas folklóricas.
- Atención a prácticas e historias locales: mitos, leyendas.
- Interacción e intercambio con culturales locales.
- Gastronomía local: preparación de dulces, comidas, licores propios del lugar.
- Conocimiento de plantas medicinales.
- Participación en ferias campesinas.
- Visita a los telares artesanales.
- Relacionadas indirectamente al turismo rural.
- Observación y aprendizaje sobre flora y fauna del lugar.
- Caminatas interpretativas a montañas, lagunas, pampas, quebradas, etc.
- Caminatas en bosques aprendiendo sobre su ecología.
- Visita y aprendizaje sobre sitios históricos rurales y/o sitios arqueológicos.
- Lecturas con énfasis en historia natural y local.
- Fotografía de flora y fauna silvestre y paisajes naturales.
- Visitas a museos de sitio o centro de visitantes.
- Visita a otros pueblos andinos.
- Actividades recreativas y deportivas que se pueden dar en el espacio rural:
- Trekking.
- Cabalgatas en caballos y mulas.
- Paseo en embarcaciones y canotaje.
- Natación en cuerpos de agua: ríos y lagunas.
- Caza y pesca
- Ciclismo y bicicleta de montaña.
- Llama trek.



- Camping.
- Noches de fogata.
- Parapente.
- Espeleología.

2.2.10. La sostenibilidad turística rural.

En la declaración de Québec (2002) se dice que turismo rural sostenible es aquel:” ... donde la motivación principal de los turistas es la observación y la apreciación de la naturaleza, así como de las culturas tradicionales, que contribuye a la conservación del patrimonio cultural y natural, incluye a las comunidades locales en su planificación y desarrollo y contribuye a su bienestar”.

Por lo tanto, es el que implica la búsqueda racional de oportunidades vitales, susceptibles de ser alcanzadas mediante incrementos de riqueza desde la perpetuación de la herencia, del legado histórico, cultural y natural de la comunidad receptora de este modo la sostenibilidad aplicada al turismo rural asienta las bases que aseguran su permanencia, integrando a la comunidad local en el proyecto turístico y buscando la rentabilidad a través de la gestión y optimización de los recursos. Y una gestión debe de garantizar el respeto al medio .la autenticidad cultural, una mayor calidad de la experiencia turística y la satisfacción y fidelidad de los clientes. Así pues, no se trata de objetivos ambientalmente correctos, sino de asegurar los fundamentos de la competitividad en el mercado desde un proceso orientado que necesita de una gestión local de los recursos (porque el turismo consume dos medios



frágiles, el suelo y el paisaje) y de los impactos socioeconómicos.
(Cebrián, 2008)

2.2.11. Turismo vivencial

Torres, (2006) indica que el turismo generado solamente por el interés hacia una o varias comunidades campesinas y/o nativas (Pueblos Afro peruanos y Pueblos indígenas u originarios), los fines pueden ser culturales, educativos y vivenciales. La comunidad se ve beneficiada a través de la prestación de los servicios y de igual forma promueve la asociatividad para lograr la formalización de sus negocios a nivel empresarial. En cada una de las tipologías establecidas, se pueden realizar otras actividades turísticas complementarias tales como: turismo de aventura, gastronomía, folclor, termalismo, avistamiento de aves, turismo místico, entre otras. Todas ellas podrán expresar de manera integral el producto de turismo rural comunitario.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Turismo rural comunitario (TRC). 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 (MINCETUR/ AECID-2008).

Turismo de aventura: Son actividades turísticas que utiliza el entorno o medio natural como recurso para producir sensaciones de descubrimiento en sus practicantes, por lo que su objetivo básico es poder conseguir transmitir estas sensaciones, necesitando en consecuencia espacios poco utilizados turísticamente y mejor aún pocos explorados. (CLADES,2000).



Turismo ecológico: "Viene a ser el recorrido estrechamente relacionado con el medio geográfico, ya sea llanuras planicies, montañas, etc. Constituida por la flora y fauna todo ello formado la riqueza ecológica". (De la Torre 1981)

La oferta primordial. "Es el conjunto de atractivos turísticos que originan los desplazamientos y determina la producción de servicios, esta oferta integra la riqueza y patrimonio de un País, región o localidad. El patrimonio turístico lo constituyen todos los elementos susceptibles de provocar desplazamientos y que forman parte del medio geográfico, ecológico y cultural de un lugar y por su origen se dividen en naturales y culturales" (Gutiérrez, 1986).

Sitio turístico. Es la denominación que se aplica al lugar preciso en el que se van a construir las instalaciones, equipos y obras generales necesarias para la explotación de un atractivo turístico (EL CICATUR, 1985).

Mercado turístico: Está integrado por la coincidencia de quienes ofertan y demandan bienes y servicios turísticos en una época determinada (Castillo, 1990).

Oferta turística: Está constituido por la capacidad receptora de un país o lugar, es decir el conjunto de bienes, servicios y organización turística, conjunto de bienes y servicios puestos efectivamente en el mercado (Castillo, 1990).

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

Atractivo turístico. Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico de un país, el turismo solo tiene lugar si existen ciertos atractivos que motive al viajero de abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él (CLADES, 2000)



Programa turístico. Descripción pormenorizada, presenta un folleto promocional, en el cual contiene el itinerario, las excursiones las tarifas y todo lo concerniente a la actividad del viaje (Castillo, 1987).

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

Planificación turística. La planificación del turismo es un proceso racional cuyo máximo objetivo consiste en asegurar el crecimiento o el desarrollo turístico. Este proceso implica vincular los aspectos relacionados con la oferta, demanda y, en suma, todos los subsistemas turísticos, en concordancia con las orientaciones del resto de los sectores de un país (Molina, 1997)

Acciones promocionales. Son los que se refieren a las actividades a desarrollarse en el campo de la promoción al efecto de brindar la cobertura adecuada a las operaciones de venta a desarrollar en el mercado en el periodo de comercialización, y lograr así una comercialización, una decisión de compra de parte del turista (Acerenza, 2000).

Marca turística. Hay que tomar en cuenta que para promover una localidad determinada e identificar turísticamente un lugar, se recurre por lo general a un dibujo, que se conoce como marca turística "Símbolo o Logotipo". Esto puede ser diseñado más o menos libremente o bien constituirse con algún motivo, basado en algún fuerte atractivo del lugar, ya sea natural o cultural, cuya marca turística contenga un mensaje eficaz para el visitante (Acerenza, 2009).

Marketing rural. El marketing en turismo rural sostenible tiene como objetivo básico el posicionamiento favorable de las empresas y de las localidades o lugares



en el mercado comprador a nivel regional, nacional e internacional (Acerenza, 2009).

Familia campesina. La familia campesina es la que tiene cierta cantidad de tierras a su disposición, que posee sus propios medios de producción y no contrata mano de obra en forma permanente. Las familias campesinas son nucleares, unidades de consumo, unidades de producción; la familia campesina es típicamente una familia nuclear.

Economía campesina. Es la unidad de producción basada en el trabajo familiar, que cuenta con escasos recursos de tierra y capital; es decir, que es una forma de producción no capitalista, que existe un modo de producción capitalista y para el cual no existe ganancia, salario, ni renta.

Organización comunal. La organización comunal es el conjunto al interior del cual se desarrolla la producción de las familias campesinas y actúan como organizadora de las condiciones genéricas de producción en la medida que guía la rotación de cultivos, calendario de siembra y cosechas, estableciendo los periodos de descanso y la conversión de las tierras para el uso general de los comuneros.

Organización: es la estructura de las relaciones que debe de existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados. (Reyes 2010)

Socioeconómico. Actividad que se refiere a la economía dentro de una sociedad. (Sosa de la Cruz, 2000)

Gastronomía: Conjunto de conocimientos y actividades relacionados con la preparación y degustación de la comida. La cultura culinaria de una zona determinada es uno de los atractivos más especiales del turismo, y existen para tal



fin asociaciones y clubes gastronómicos que fomentan el arte del buen comer. El turismo gastronómico también se fomenta con la organización de fiestas jornadas gastronómicas y concursos culinarios. (Montaner,2000)

Etnoturismo. Turismo cuyo objetivo es conocer sitios o regiones donde habitan grupos étnicos específicos o el ofrecer los servicios para facilitar dicha modalidad. Promueve que los grupos étnicos reciban beneficios, por ejemplo, mediante la venta de artesanía. (www.attila.inbio.ac)

Calidad de vida. Se define en términos generales como el bienestar, felicidad y satisfacción de un individuo, que le otorga a éste cierta capacidad de actuación, funcionamiento o sensación positiva de su vida. su realización es muy subjetiva, ya que se ve directamente influida por la personalidad y el entorno en el que vive y se desarrolla el individuo es "la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive. ([www.es.wikipedia.org/wiki/ calidad_de_vida](http://www.es.wikipedia.org/wiki/calidad_de_vida))

Alojamiento rural. El alojamiento rural, es una unidad integrada en una edificación preexistente. ha de estar en el medio rural, respetar la arquitectura de la zona, con edificación anterior a 1950 y cuyo titular viva en la misma comarca (García, 2003).

Casas rurales: Son casas ubicadas en el campo o en poblaciones inferiores a 10.000 habitantes, donde los titulares no abandonen su propia actividad para la prestación del alojamiento, en las que cede el uso y disfrute de la vivienda en su totalidad. (García, 2003)

Artesanía: Arte u obra realizada por artesanos, que pueden ser de interés como recursos turísticos de un lugar, desde el punto de vista antropológico y étnico. la



venta de productos de artesanía nacional se considera una actividad turística privada” (Montaner, 1992).

Calidad. Error cero. Satisfacer plenamente al cliente. Eficacia y eficiencia administrativa. (Garrido, Santiago y Otros. 2005)

Creatividad. Es la capacidad de percibir la realidad de forma desacostumbrada y esa capacidad se genera entre otras cosas, por la cantidad y variedad de conocimientos que un individuo reciba; dicho de otra forma, por la capacidad de accesos a mercados de conocimientos ajenos a los estrictamente institucionales. (www.elabedul.net)

Cultura organizacional: Conjunto de valores, convicciones y normas compartidas por los miembros de una organización (Robbins. 2000)

Turismo. Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a de la su residencia habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos. (OMT.1993 Citado por Villena, 2002).

Turista. Visitante temporal que permanece por lo menos 24 horas en el país que visita en un medio de alojamiento (OMT.1993 Citado por Villena, 2002).

Visitante. Una Persona que visita un país diferente al que su residencia habitual, por un periodo no superior de 12 meses con fines distintos del de ejercer una ocupación remunerada en aquel país. (OMT.1993 Citado por Villena, 2002).

Excursionista. Visitante que permanece menos de 24 horas en el país que visita (incluidos los viajeros que realizan cruceros. (OMT.1993 Citado por Villena, Carlos. 2002).

Comercialización turística. Es el conjunto de todas las actividades que la empresa debe realizar para crear, promover y distribuir productos y servicios de



acuerdo con la demanda de los clientes actuales o potenciales y la posibilidad de la empresa para producirlos. (Cárdenas,1995)

Desarrollo turístico. Es la provisión o mejoramiento de las instalaciones o servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista por consiguiente desarrollar es la creación de empleos o la generación de ingresos. (Sosa de la Cruz, 2000).

Clusters turísticos. Es un espacio geográfico determinado por unas ventajas comparativas concretas, lo bastante homogéneas, territorialmente enmarcadas en una relativa unidad y con unas condiciones de conectividad promisorias, donde se dan los atractivos naturales o culturales necesarios para perfilar un buen producto turístico o una familia de productos, más los componentes empresariales y tecnológicos que forman una cadena de producción y mercadeo armónica y relativamente autárquica, la cual debe operar en condiciones adecuadas de productividad, para ofrecer el producto o productos en condiciones de excelencia, a menor precio que los competidores de calidad comparable, y en la oportunidad y cantidad buscada por la demanda; es decir, donde las ventajas comparativas se pueden maximizar como ventajas competitivas. (Panesso, 2003)



CAPITULO III

MATERIALES Y METODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO.

El ámbito de estudio comprenderá los emprendimientos del turismo rural vivencial de la Comunidad de Luquina Chico. Ubicado al suroeste del Lago Titicaca, en la península de Chucuito, comunidad aymara que oferta cultura viva por doquier. Ofrecen actividades variadas: caminatas, lectura de estrellas y hoja de coca, pago a la tierra y folklore. Pisar Luquina Chico, es como pisar un paraíso terrenal. Es un lugar de ensueño, con cielos azules intensos y nubes sin formas que resaltan al lado de un lago que se confunde con mar. La comunidad, compuesta por 120 familias, es hospitalaria y cálida. Su flora y fauna silvestre alto andino y migratoria es tan variada como entretenida.

3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

La investigación se ejecutó durante el periodo del 2014 y las encuestas se realizaron en el 2015, por tanto, su periodo de estudio es de un año.

3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

Para la investigación se utilizó útiles de oficina y equipos como: papel folleto, padrón de socios de los emprendimientos, mapas de ubicación, material promocional turístico, afiches y estadísticas impresas. Entre equipos utilizamos; computadora, impresora, cámara de fotos, copiadora, celular.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO

- Principalmente para la muestra se tomó en cuenta el Diseño de CENSO.



- Para el estudio se tomó en cuenta a Agencias de Viajes y Turismo proveedoras de turistas de la ciudad de Puno.
- Familias emprendedoras de turismo rural vivencial en un número de 35.
 - a) **La población** en investigación son las 35 casas acogedoras (49 camas con baño privado y 21 camas con baño compartido, todas con agua caliente y electricidad) y muy bien estructuradas.

3.5. DISEÑO ESTADÍSTICO

Para realizar el respectivo procesamiento de la información recolectada mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, se hizo uso del software Excel, para la aplicación de una estadística descriptiva; en el cual se generó una base de datos y se generaron tablas de datos de doble entrada y gráficos estadísticos, los que se transportaron al software Microsoft Office Word 2013 para su interpretación y elaboración definitiva.

3.6. PROCEDIMIENTO

Con el propósito de facilitar la recolección de información necesaria se utilizó el siguiente procedimiento.

- a. Se coordinó con los emprendedores de la Comunidad de Luquina Chico, para realizar visitas de investigación.
- b. Se programó la fecha de visita, entrevista y encuesta.
- c. La revisión de información, se realizó finalizada la entrevista.
- d. Se procederá a la suma y tabulación de los resultados obtenidos en cada uno de los instrumentos.
- e. Se procederá al análisis estadístico y teórico de los resultados obtenidos.



Para el procedimiento de la investigación se analizó los datos con una explicación entendible y claro para la medición y tratamiento estadístico para consolidar una información primaria acerca de los efectos que pueda introducir cada variable en el comportamiento general del problema o fenómeno. En este orden de ideas, los análisis estadísticos tendrán con claridad los objetivos del estudio o análisis del problema, conocer el significado de cada variable y las unidades en que se está midiendo y conocer el significado de los símbolos especiales que se estén utilizando y si existen experiencias similares que aporten información complementaria sobre el problema o fenómeno en cuestión que apoye los análisis.

3.7. VARIABLES DE ESTUDIO Y OPERACIONALIZACIÓN:

Las variables de acuerdo a las hipótesis y objetivos se tienen:

Variable Independiente = Clusterización

Variable Dependiente = Turismo Rural Vivencial

Tabla 1
Operacionalización de variables

CONCEPTO	VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
1. Gestión de Clusterización.	Clusterización	Cluster Turístico y Sistema de Valor Territorial Estructura y configuración del Cluster Turístico Evidencia empírica de configuraciones clusters para el sector turístico en el mundo en desarrollo Clustering y Turismo Rural y Asociativismo La Comunidad Empresarial Rural (CER) Orientaciones para la configuración de la CER La problemática de la micro dimensión empresarial en el turismo rural Alternativas a la Micro dimensión Empresarial	Visitas a la zona de estudio. Recolección de datos. Carta geográfica. Fotos, videos, ficha de inventario Descripción de paisajes.



Competitividad Clusterizada			
CONCEPTO	VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADORES	INSTRUMENTOS
2.- Turismo Rural Comunitario	Turismo Vivencial	Oferta Turística.	Programas Caminos, puentes, pista. Encuestas: Turistas y Pobladores. Acceso Comunicación y asistencia, es decir tramitación de los servicios necesarios al viajero. Emisoras. Espacios televisivos. Revistas, diarios Internet.
		Clima y tiempo.	
		Flora	
		Fauna.	
		Paisaje	
		Alojamiento Rural	
		Gastronomía Típica	
		Artesanía,	
		Agricultura	
		Ganadería	
		Paquete Turístico y	
		Excursiones:Horario de salidas y llegadas, Costos y tarifas,	
		Organización de tarifas.	
Transporte público.			
Alojamiento			
Alimentación			
Circuitos.			
Publicidad: CD. Room,			
Videos, Folletos.			

Fuente: Elaboración propia. 2015

3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para el procedimiento metodológico de resultados del presente trabajo comprende de tres etapas:

Primero: Es la sistematización de información secundaria para conocer el estado de la temática mediante la lectura y evaluación de la bibliografía de consulta y referencia.

Segundo: Se realizó la selección de la población, muestra y tipo de muestreo que vamos a requerir para nuestra investigación. Posteriormente emplearemos el instrumento CLUSTER donde se aplicó la recolección de datos sobre el desarrollo de los productos turísticos y su incidencia con los emprendedores de Luquina.

Tercero: Se realizó el análisis de los resultados obtenidos para después identificar la principal problemática y posteriormente dar propuestas de solución. Para el análisis de resultados se realizó la evaluación de opinión de los emprendedores.



3.9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.9.1. Enfoque de Investigación

Es Cuantitativa

3.9.2. Tipo de Investigación

En la tesis de investigación se utilizó el tipo investigación descriptiva.

3.9.3. Método y Diseño de la Investigación

Por su profundidad, el método de estudio es descriptivo no experimental diseño transeccional exploratorio por el motivo que existe relación entre variables o fenómenos de causalidad, se ha relacionado dos variables: Clusterizacion y Turismo Rural Vivencial.

3.9.4. Unidades de Observación:

Las unidades de observación son:

- La Persona el rol y emprendimiento.
- Las características de Cluster
- Competitividad de destinos rurales
- Sistema de comercialización, servicios e infraestructura básica.

3.9.5. Unidades de Análisis:

Se obtuvo el análisis siguiente:

Las características y bondades de la Clusterizacion para la gestión eficaz del Turismo rural vivencial en la Comunidad de Luquina Chico.

3.9.6. Nivel de Análisis:

La investigación se realizó estableciendo dos niveles:



- Clusterizacion: Herramienta estratégica.
- Emprendimientos Rurales: turismo vivencial

3.9.7. Ejes de Análisis:

Se analizó tres ejes:

1. Clusterizacion
2. Competitividad
3. Asociativismo para el turismo vivencial.

3.10. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.10.1. Técnicas

Con el fin de optimizar la recolección de información, sobre la presente investigación; aplicamos dos técnicas. la entrevista (encuesta estructurada) y la Utilización de Sistemas de información histórica sobre aspectos relacionados con la aplicación del Clusterizacion y Turismo Vivencial .

- a) Entrevista (encuesta estructurada)
- b) Revisión de información histórica y bibliográfica.

3.10.2. Instrumentos

Se Utilizó:

- Guía de entrevista.
- Encuestas impresas
- Material de imágenes e interpretación.
- Equipos radio grabadora
- Celular.



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

4.1.1. Antecedentes históricos de Luquina Chico.

La historia indica que los primeros pobladores, de Luquina Chico y sus alrededores, cazaban con lanzas y flechas y utilizaban las paredes de las cuevas para pintar escenas rurales de entonces. Según los estudios realizados por los investigadores mencionan que los habitantes de esta localidad son descendientes de los QOLLAS que componían el REYNO QOLLA entre los años 1200 a 1400 D.C. en la parte del altiplano peruano, el mismo que surgió después del colapso de la Cultura Tiahuanaco, alrededor del siglo XII D.C. y posteriormente fueron conquistados por los Incas.

De los habitantes, que vivirían más tarde en esas esas singulares tierras, se han encontrado restos de cerámica y monolitos (1,000 años a. de c.) en el Periodo Caluyo. Luquina Chico y Chucuito formó parte de Tiahuanaco y fue sede del gobierno de todo el Reino Lupaca de tradición aymara, desde el año 900 a. de c. aproximadamente. Su influencia se extendió hasta los valles de Moquegua, Tacna y el Altiplano Boliviano.

De aquellos antiguos tiempos, en los sectores Carina y Luquina, existen tumbas fúnebres adosadas con piedra formando montículos a manera de chullpas pequeñas; también existe un templo ceremonial circular levantado en piedra cuya función aún se desconoce.



En pleno apogeo incaico, los Incas Pachacutec y Túpac Yupanqui establecieron y afianzaron estos territorios para el imperio Inka. Mayta Capac remodeló la ciudad de Chucuito con palacios y centros ceremoniales.

En enero de 1533, Diego de Agüero y Pedro Martínez de Moguer, fueron los primeros españoles que llegaron a la capital de los Lupacas. Sabedores de la existencia de gran cantidad de piezas de oro abandonadas y luego escondidas, estos españoles, lograron sacarlas del lago de Chucuito, era nada menos que una pequeña parte del tesoro que era enviado para el rescate del Inca Atahualpa. A inicios existía un ayllu denominado “Inca Ayllu”, constituida por tres parcialidades Karina, Lukina Chico, Lukina Grande, estos eran gobernados por una autoridad denominada “Jilacata”

En 1978 aparece el concepto de comunidad, en la que Karina conjuntamente con Lukina Chico se decide hacer reconocer como comunidad marcando sus linderos correspondientes, en la cual interviene ORANS una oficina existente anteriormente en Ilave. Es así que Lukina Grande también decide separarse de los demás ayllus

En 1980, Lukina grande fue reconocido como comunidad, gracias a los esfuerzos del Sr. Simón Fernández Nina, que en ese entonces era Presidente de la Comunidad. Antes de su creación como centro poblado dependían de la Municipalidad de Huayrapata, este era Distrito Central, en donde las comunidades de *Tacasaya*, *Pucani*, *Lukina Grande*, *Lukina Chico* Y *Karina*, dependían de este Municipio. Solo en este lugar existía Alcalde y Juez en la cual se celebraban Bautizos y Matrimonios



En el año 2005 es donde se construye la Municipalidad de Lukina grande, es así que deja de depender de Huayrapata. Actualmente el Municipio de Lukina grande alberga a las comunidades de Lukina chico. En lo que se refiere a la creación de Lukina grande como centro poblado de dio aproximadamente hace 7 años, este dato no se conoce con exactitud.

En el año 2005 es donde se construye la Municipalidad de Lukina grande, es así que deja de depender de Huayrapata. Actualmente el Municipio de Lukina grande alberga a las comunidades de Lukina chico

4.1.2. Aspectos generales y geográficas de Luquina Chico

4.1.2.1. Ubicación geográfica

La Comunidad de Luquina Chico, está ubicado al Sur Este, aproximadamente a 67 Km y a 1.40 horas de la capital de la Provincia de Puno. Políticamente se encuentra ubicado en el Distrito de Chucuito Provincia de Puno, Región Puno, siendo uno de los destinos turísticos rurales que se ha desarrollado notablemente en los últimos años.

Luquina Chico es territorio aymara protegido por los Cerros Cañi, Cristo, Kellojaque y Huatisca de grandes pañolerías y vericuetos, en sus parajes, como es casi en todas las orillas del Titicaca, el espíritu aventurero se encuentra con lo mejor de si. Los asociados ofrecen paseos en bote, para observar aves o luego efectuar caminatas matizadas por el buen trato de las familias que distantes, con camas cada hospedaje rural cuenta con un comedor donde el visitante puede degustar de los más exquisitos platos y bebidas típicas de la comunidad elaborados con productos que cultivan en sus tierras y pescan en el Lago Titicaca.



Figura 4. Mapa de ubicación geográfica

Fuente: proyectoturismopuno.blogspot.com

Etimología. Los pobladores antiguos de la zona que en tiempos de sequía en toda la Península crecía un tipo de papa que salvo de morir de hambre muchas personas, es así que nace el nombre de *Luquina*, que proviene de “Luki” nombre de una papa amarga que se sembraba en tiempos inmemorables y la Palabra “Chico” es de las pequeñas cantidades de sembrío que se realizaba a orillas del lago, donde se obtenía buena cosecha de dicho producto.

Luquina Chico es un pequeño pueblo aimara a orillas del Lago Titicaca que decidió abrir sus puertas para los viajeros. Ubicado en la península de Chucuito, al sur de la capital del departamento de Puno, es una excelente opción para quienes desean vivir una jornada de turismo vivencial o turismo comunitario.

Los visitantes son recibidos con música de flauta y tambor, mientras las familias lucen sus mejores vestidos para dar la bienvenida de



rigor. Los turistas son instalados en las viviendas y participan en las tareas comunitarias. Pero todo depende de las preferencias del invitado: pueden pescar, aprender a tejer, cortar leña, cocinar, jugar una pichanguita a casi cuatro mil metros de altura, o simplemente contar y escuchar las historias.

Las habitaciones tienen una hermosa vista al lago Titicaca y cuentan con lo indispensable para pasarla bien. Desde camas confortables, sábanas limpias y baños privados con agua caliente.

Uno de los mejores momentos es cuando el viajero es vestido como lugareño e invitado al baile de la comunidad. Todos viven la fiesta al compás de la danza que integra y motiva a valorar la cultura viva altiplánica.

La comida es un festín aparte. Potajes como la matasquita al estilo Luquina (papa, zanahoria, vainita y trigo, sin carne), son servidos en un comedor ubicado muy cerca del fogón donde los turistas se integran al grupo familiar anfitrión.

Hasta ahora son veinte familias las que han apostado por el proyecto. Ellas están organizadas en torno de la Asociación Turística Machaxmarca desde el 2005 y reconocen que no fue fácil abrir sus casas a extraños para compartir sus vivencias. Sin embargo, la experiencia de otras comunidades y el retroceso de la agricultura por factores climatológicos, los han motivado a abrirse al mundo gracias al turismo receptivo.

Se puede llegar a Luquina Chico por la carretera afirmada que rodea la península de Chucuito o navegando por el lago Titicaca. Desde la ciudad de Puno la travesía dura unos 30 minutos y depende de la velocidad de la embarcación.



4.1.2.2. Características físicas

La topografía de Luquina Chico es irregular y accidentada, presentando laderas planicies, valles y playas siendo así un paisaje admirable para el visitante. En el trayecto podemos observar diferentes lugares como Pallalla Sihuecani, Perca, Churo y Karina mirando el Lago Mayor o por Villa Ccota, Laconi, Cochiraya, Parina y Luquina Grande, bordenado las orillas de la Bahía de Puno. Esos parajes semejan pinceladas intensas como las del mediterraneo europeo, pero en este caso diseñados por un Dios Andino imprevisibles e imaginativos.

4.1.2.3. Altitud y clima

Se sitúa a una altitud de 3,812 m.s.n.m. temperatura medio anual de 8 a 10° C. y presenta un clima frio a húmedo debido al efecto termorregulador del lago Titicaca, tiene dos épocas bien marcadas, la seca de abril a noviembre y lluviosa de diciembre a marzo. Existe una diversidad de flora y fauna silvestre alto andino y migratorias.

La peculiaridad del clima que tiene Luquina Chico es la siguiente:

- Ccota taya : Viento del este.
- Nica : Viento que viene del lado de las islas.
- Saca : Viento del Oeste
- Suni : Viento que viene de Puno

4.1.2.4. Límites

- Norte : Lago Titicaca. (Bahia)
- Sur : Comunidad de Karina y Churo.
- Este : Lago Titicaca. (Grande)
- Oeste : Centro Poblado de Luquina Grande.

4.1.2.5. Extensión territorial

Su superficie de Luquina Chico tiene una extensión de 450 Km², con una fisiografía de playas, valles, laderas y cerros.

4.1.2.6. Organización territorial:

La Comunidad de Luquina Chico están organizadas por asociaciones como: Asociación de Turismo Rural Comunitario Machaj Marca, Asociación Turística K'oriuta, los cuales están constituidos en su mayoría por adultos equivalente al 60% y el 40% lo conforman jóvenes y niños.

4.1.3. Accesibilidad

Para llegar a la Comunidad de Luquina Chico se realizar por la vía terrestre, tomando la carretera asfaltada Puno – Platería de allí se desvía por una carretera afirmada y una parte trocha carrosable a 76Km. La otra es por vía lacustre a 2 horas aproximadamente en lancha convencional y si es lancha rápida 20 minutos.

Tabla 2
Accesibilidad

Vía Terrestre			Vía Lacustre	
LOCALIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	LOCALIDAD	TIEMPO BOTE
PUNO-LUQUINACHICO	67Km.	1.40 hora	Puno-Luquina chico	2.0 horas

Fuente: Elaboración propia. 2014

4.1.4. Población

La población total de la Comunidad de Luquina Chico, según el padrón de familias de la comunidad tiene un aproximado de 350 familias



de los cuales el 20% se dedica a la actividad del turismo rural vivencial y el 80% a sus actividades cotidianas.

4.1.4.1. Índice de pobreza

La comunidad de Luquina Chico posee aun índice de pobreza con múltiples necesidades que hacen que la población rural cuente con bajos niveles de calidad de vida como consecuencia de los bajos niveles de ingreso de la población, esperanza de vida al nacer y analfabetismo pronunciado que son los principales indicadores socioeconómicos para el buen desarrollo del ser humano. Atacar el problema de la pobreza es una necesidad que no sólo se debe dar por caridad, sino por razones económicas, sociales y políticas. La pobreza afecta los niveles de vida, la calidad humana y la posibilidad de un crecimiento que permita una lucha digna con la actividad del turismo rural comunitario como actividad complementaria que aminora la extrema pobreza.

4.1.4.2. Idioma:

Los habitantes del ámbito de la Jurisdicción de la Comunidad de Luquina Chico, el 80 % es de idioma aymara y castellano hablante, el 20%. Las mujeres y hombres del medio rural se comunican hablando aymara.

4.1.5. Ecología

4.1.5.1. Flora

En relación a la flora se tiene el ichu, llamado chilliwa, pastos de ganado, así como el llacho en las orillas del Lago Titicaca en los puntos de amortiguamiento de la Reserva Nacional del Titicaca. A continuación, se detalla especies en el territorio de Luquina Chico:



Flotante helecho

Sumergidas: Hinojo Llacho ,Yana Llachu ,Yurac Llachu

Algas: Llashka ,Purima o urima, Cochayuyo Leujo

Plantas anfibias: Totorilla, Quinillo, Matejillo.

Flora de cultivo: Papa dulce – solanum andigenun, Papa amarga – solanum stenotomun. Cañihua – chenopodium pallidicauli. Quinoa – chenopodium quinoa. Habas – vicia faba. Cebada – hordeum vulgare. Avena – avena sativa. Izaño – tropaeolum tuberosyum. Oca – oxalis tuverosa.

Flora arbustiva: Muña – satireja boliviana, Ayacanlli. Wilalayo. Chille, T´ola blanca, Huirahuirra, Chiriro, Patamuña, Cantuta.

Toro toro, Qeto qeto. Diente de león, Airampo, Espina de perro, Queñua, Kolli.Misico. Pilli. Mula pilli, Ortiga.

Pastizales: Chilliwa,Ichu, Qiquyo, Cebadilla, Chiji, Layo

Plantas exóticas: Eucalipto, Pino, Ciprés, Álamos.

4.1.5.2. Fauna

En relación a la fauna está constituida por aves silvestres y domésticos, mamíferos silvestres y domestico que se clasifican de la siguiente forma:

- a) Animales Domésticos: La llama, alpaca. Ovejas, Caballos, Burros, Cerdos, Cuyes. Aves de Corral.
- b) Fauna silvestre mamifero tenemos: Ratón (punomis lemminus), Cuy silvestre (cavia caballa), Zorro (dusicion culpaeus andinus) Zorrino (conepatus rex rex), Vizcacha.



- c). Aves Silvestres: Gaviota, Galineta, Choca, Tiquicho Kaqenqora, Tórtola (metriopela melanoptera) Perdiz (notoprocta pentlandi), Jilguero (sycalis lúteo ventris), Lekechu (ptiloscelys resplendeus), Zambullidor (podiceps occipitalis), Patos (anas geórgica spinicauda)
- d) Reptiles: Lagarto (tachymenis peruviana), Culebra (telmatobius sp)
- e) Peces: Suchi (trichomyferus dispar), Mauri (trichomyferus), Carachi (oretias luteus o albus), Pejerrey (basilichthyes bonariensis)
- f) Batracios: Rana, Sapo Comun.
- g) Insectos: Coprix, Libelula, Picahui, Avejás, Mariposas.

4.1.6. Actividad económica y sectores productivo

4.1.6.1. Actividad agrícola.

Las familias de la Comunidad de Luquina Chico la agricultura es una actividad que lo realizan para subsistencia familiar, destacándose como la practica una agricultura, con faenas de cultivos andinos, orgánicos: Papa, izaño, oca, quinua, cañihua, cebada, asimismo de la recolección de plantas medicinales y aromáticas.

Los rendimientos unitarios de los cultivos son bajos, debido al empleo de técnicas rudimentarias en las labores agrícolas, al uso de semillas seleccionadas de bajo nivel. La cebada es otro de los cultivos importantes, contrariamente ese cultivo ha venido incrementando su productividad y producción, la productividad de haba en los últimos años ha mejorado en un buen porcentaje.

Tabla 3
Indicadores de la Producción Agrícola en Luquina Chico

Cédula de Cultivos	Siembras (ha.)	Cosecha (ha.)	Rendimiento (Kg./ha.)	Producción (t.)	Precio Chacra (S/Kg.)
Avena Grano	27.00	27.00	925.93	25.00	1.26
Canahua O Canihua	23.00	23.00	826.09	19.00	1.90
Cebada Forrajera	150.00	150.00	22,073.33	3,311.00	0.27
Haba Grano Seco	3.00	3.00	1,000.00	3.00	1.96
Oca	8.00	8.00	6,500.00	52.00	0.98
Olluco	9.00	9.00	5,333.33	48.00	1.03
Papa	180.00	180.00	9,650.00	1,737.00	0.80
Quinua	165.00	165.00	1,254.55	207.00	3.31

Fuente: DRAP – Dirección de Información Agraria Puno. 2010

4.1.6.2. Actividad ganadera

Es una actividad económica para la subsistencia familiar en referente a la actividad ganadera, están la crianza de Vacunos, Ovinos, porcinos y animales menores, en la crianza de ganado vacuno en esta zona generalmente es de raza criolla de manera extensiva que lo alimentamos con la vegetación de la totora y el forraje de nuestros. En caso de la crianza de porcinos se mantiene paulatinamente por su rendimiento económico. También ponemos de manifiesto que el ganado vacuno lo utilizamos la fuerza para las faenas agrícolas. Gracias a la existencia de la fauna silvestre (totora del lago Titicaca) que lo explotamos para la alimentación de nuestros ganados.



Tabla 4
Ganadería

N° DE ANIMALES PROMEDIO POR FAMILIA							
ZONAS	VACUNO	OVINO	PORCINO	BURRO	AVES	CUY	CABALLO
ZONA							
LAGO	3	12	3	1	1 ^{a3}	1 ^{a5}	1

Fuente: Elaboración propia. 2014

Crianza de ganado vacuno.

La crianza de vacunos es con la finalidad de explotar principalmente la leche, para consumo familiar y brindar a los visitantes, la crianza de ganado vacuno lechero cuyo rendimiento de la producción oscila entre 3.36 litros/vaca/día en promedio, en vista que existe en un 80% la crianza de ganado vacuno criollo y ausencia de transferencia de tecnologías productivas.

Crianza de ovinos.

La crianza de ovinos es con la finalidad de explotar principalmente la lana, durante los últimos años se observa el bajo rendimiento de la producción de lana y carnes, en su gran parte es de raza criolla.

Crianza de aves de corral

La crianza de aves de corral es habitual en cada hogar sin embargo no se realiza con fines comerciales, puesto que existen familia con pequeñas parcelas en el ámbito rural. Los indicadores de producción y productividad de esta especie se realizan con la finalidad del consumo familiar.

Crianza de porcinos

La crianza de porcinos se realiza en forma restringida, tan solo para el consumo familiar y en algunos casos par venta al público solicitante.



4.1.6.3. Actividad de la pesca.

La actividad de pesca es de forma artesanal principalmente en el Lago Titicaca, los pobladores se dedican a la pesca de especies icticas nativas como carachi, pejerrey, suche, mauri, principalmente. Mientras las especies como la boga, umanto, se encuentran en extinción.

4.1.6.4. Actividad de la artesanía

La comunidad e Luquina Chico, cuenta con pequeños grupos de mujeres y varones producen chompas, chalinas, y otros similares con material de lana de alpaca sintetizado en su color natural según las medidas del pedido. Cuyo trabajo lo realizan con agujas circulares de diferentes medidas así mismo, tienen las habilidades de la textilería en telares nativos y el mercado que se tiene es solamente Puno y la demanda diaria que visitan a los alojamientos rurales de Luquina Chico cuyas ventas la realizan cuando los grupos de turistas se hospedan.

4.1.7. Gastronomía.

Respecto a los platos típicos se tiene lo siguiente:

- La matas quita al estilo Luquina: a base de papa, zanahoria, trigo sin carne.
- Chairo: a base de papa deshidratada, verduras papas y especias.
- Platos a base de pescado como la Trucha, pejerrey e Ispi.
- Sopa de trigo
- Crema de Quinoa
- Chairo de trigo.
- Mates calientes a base de plantas nativas: muña, salvia, misico, etc.

4.1.8. Saneamiento

4.1.8.1. Servicio de agua potable.

La Comunidad de Luquina Chico carece en su gran mayoría del servicio de agua potable. El 70% de la población total se abastece agua para consumo de pozos, el 30% se abastece de agua potable. Junto a este problema va acompañado las deficiencias en los desagües debido a que tienen baños bien equipados en sus alojamientos rurales sin embargo no es lo suficiente.

4.1.8.2. Servicio higiénico.

La población rural cuenta con letrinas en 70% del servicio higiénico, mientras los emprendedores tienen servicios higiénicos bien equipados sin embargo no cuentan con agua y pozos sépticos para su tratamiento de aguas servidas.

4.1.8.3. Energía eléctrica.

El servicio de energía eléctrica llega a los hogares de las familias de Luquina Chico, en un 80 %

4.1.9. Servicios y actividades turísticas

Se tiene lo siguiente:

- Hospedaje rural, baño privado con ducha caliente
- Desayuno típico
- Almuerzo novoandino.
- Cena novoandina.
- Paseo en bote a los a los caprichos naturales.
- Pesca artesanal.
- Música típica y danza autóctona.



- Escenificación de los cuentos andinos.
- Fogata costumbrista.
- Interpretación de plantas.
- Ceremonias ancestrales de pacha mama
- Demostración de actividades culturales.
- Lectura de la coca.
- Collar de kantutas.

4.1.10. Atributos comparativos de Luquina Chico.

Tabla 5
Atributos de Luquina Chico

Destino Turístico	Alojamiento	Alimentación	Actividades
Luquina Chico	45 habitaciones entre doubles matrimoniales y triples, la mayoría de ellas han sido diseñadas para turistas casi todas poseen baños privados con servicio de agua caliente	Ofrece servicios estandarizados (en caso de grupos) de alimentación para el desayuno, almuerzo y cena todos preparados con productos típicos, ofrecen diferentes alternativas de acuerdo a la tarifa del pasajero. Servicio brindado por personal capacitado en manipulación de alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"> - Paseo en bote a remo - Pesca Artesanal - Paseo en bote a motor hacia Arco punku (Churo) - Visita a restos arqueológicos (torre funeraria de los gentiles) - Participación en actividades agrícolas - Participación en actividades de Cocina.

Fuente: Tomado de Arias y Chambilla 2014

4.2. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.2.1. Aspectos socio demográficos del emprendedor del turismo rural vivencial en Luquina Chico

4.2.1.1. Edad.

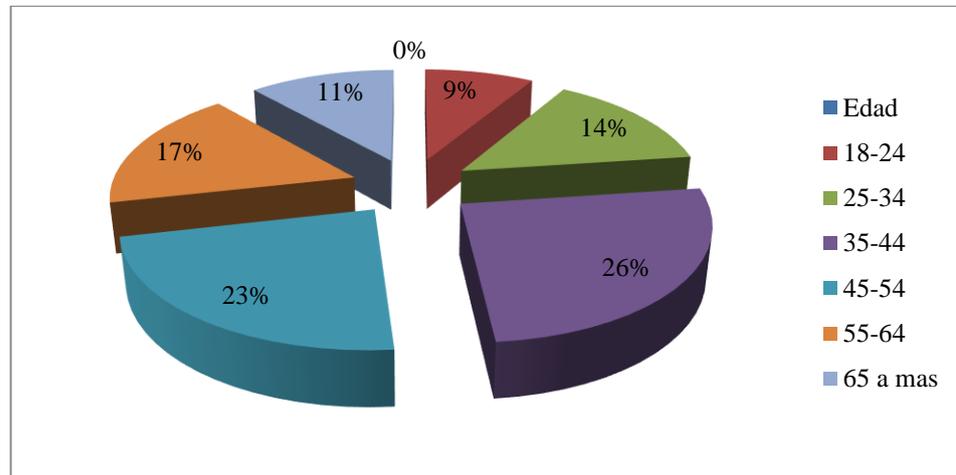


Figura 5. Edad de los emprendedores

Fuente: Elaboración propia. 2014

En la figura 5 se muestra la distribución de las edades de las personas encuestadas los resultados se dividieron varios rangos de las cuales el 26% de las edades de 35-44 son los emprendedores que tienen la dinámica de fortalecer su emprendimiento mientras que el 23% equivale a las edades de 45-54, seguido del 17% de las edades de 55-64, edades que se puede descifrar que existe una mayor responsabilidad por su madurez y las seriedad de sus negocios, mientras que el 14%, 9% son edades jóvenes que tienen el dinamismo de involucrarse en la actividad y el 11% son adultos entre las edades de 60 a más años de edad, sin embargo ellos siguen y confían en la actividad.

4.2.1.2. Genero de los emprendedores

Como muestra en la figura 6, la mayoría de los emprendedores de Luquina Chico son de sexo masculino que equivale al 66% lo restante es de 34% del sexo femenino, esto indica que tanto como varones y mujeres forman parte de los emprendedores que están preparados para atender a turistas, este resultado es de gran utilidad ya que los servicios no presentan diferencia de género.

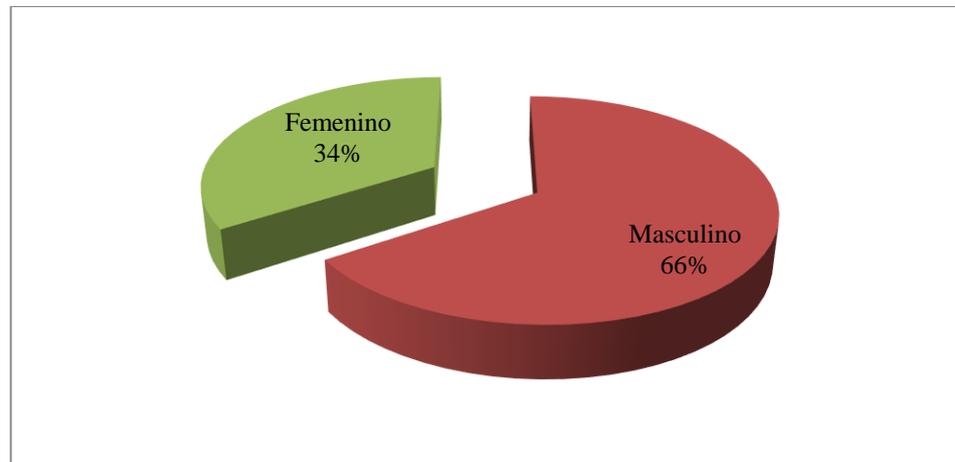


Figura 6. Genero de emprendedores

Fuente: Elaboración propia. 2014

4.2.1.3. Estado civil de los emprendedores

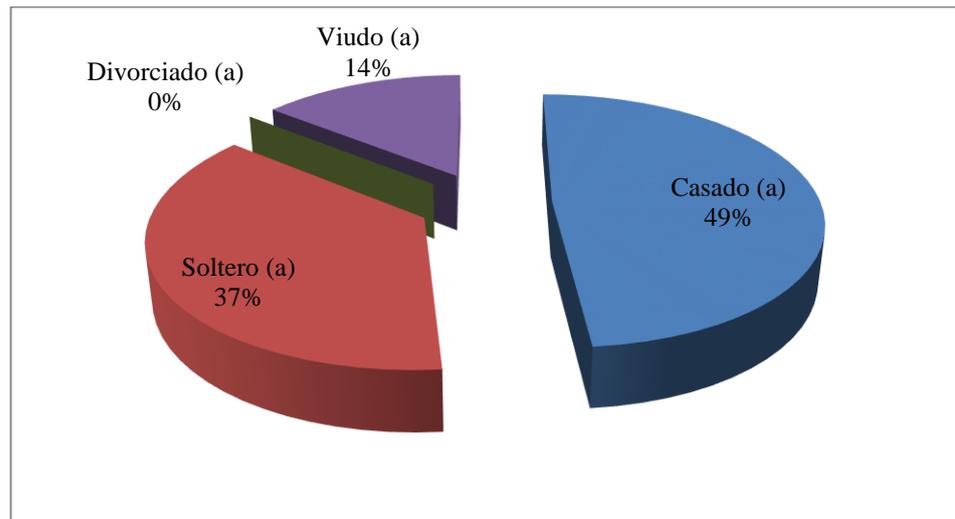


Figura 7. Estado civil

Fuente: Elaboración propia. 2014

Como se observa en la figura 7 indica que, el 49% de los emprendedores son casados, el 37% indican que son solteros pero que conviven y están en posición de contraer matrimonio porque tienen que cumplir sus costumbres y tradiciones y el 14% indican que es viudo (a).

4.2.1.4. Grado de instrucción de los emprendedores

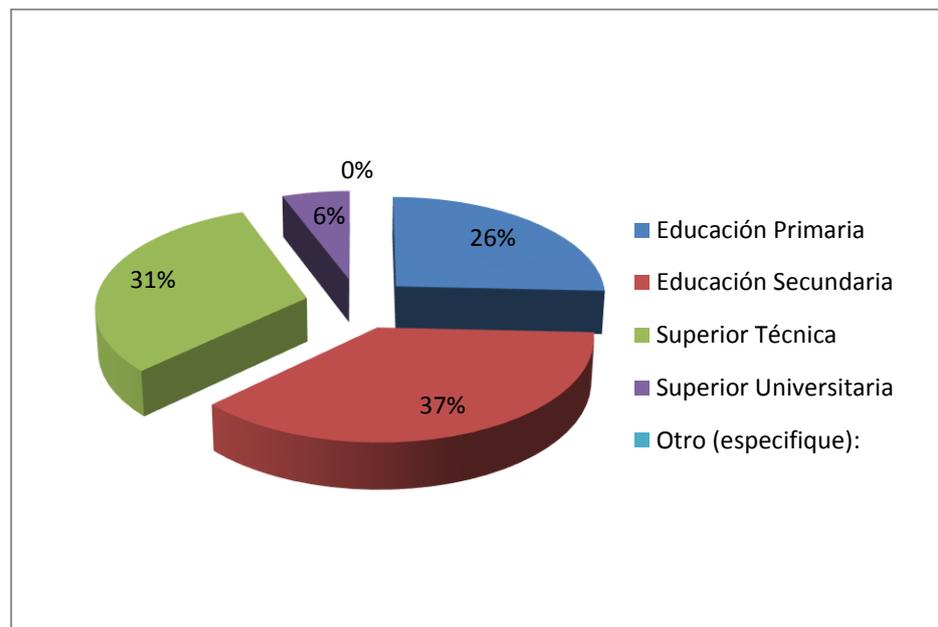


Figura 8. Grado de instrucción

Fuente: Elaboración propia. 2014

El grado de instrucción de los emprendedores rurales de Luquina Chico se observa que el 37% tiene nivel educativo de secundaria y otro aspecto fundamental asume la preparación técnica con el 31% seguido del nivel de educación primaria con el 26% y los demás tienen el 6% de nivel superior universitaria tal como se ve en la figura 8.

4.2.1.5. Nivel de ingreso mensual.

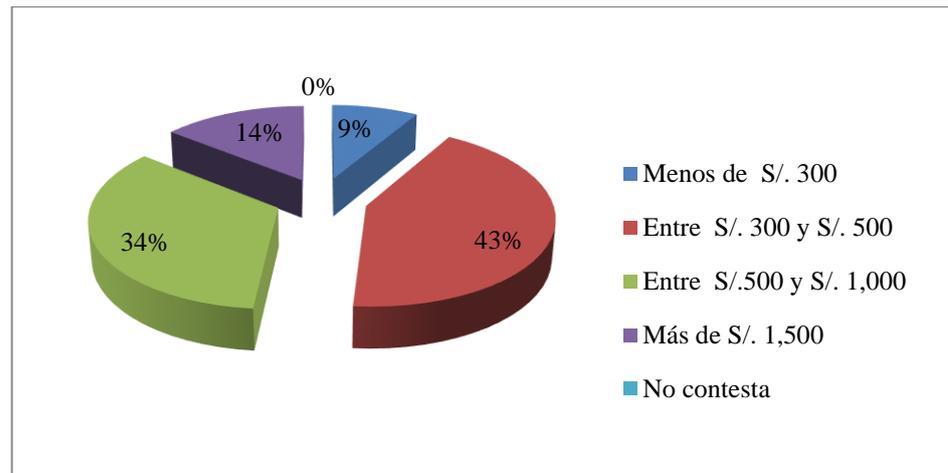


Figura 9. Nivel de ingresos mensual.

Fuente: Elaboración propia. 2014

Las encuestas indican que el 43% tienen ingresos económicos entre 300 y 500 soles y el 34% indican que sus ingresos son de 500 a 1000 soles, resultados favorables debido a que la actividad del turismo les ayuda mucho en incrementar sus ingresos con relación a anteriores años y los emprendedores bien consolidados en sus emprendimientos indican que superan los 1500 soles equivalente al 14% y el 9% indican que son menos de 300 soles debido a que están en proceso de involucrarse en la actividad del turismo rural vivencial.

4.2.1.6. Actividades económicas del emprendedor del Turismo Vivencial

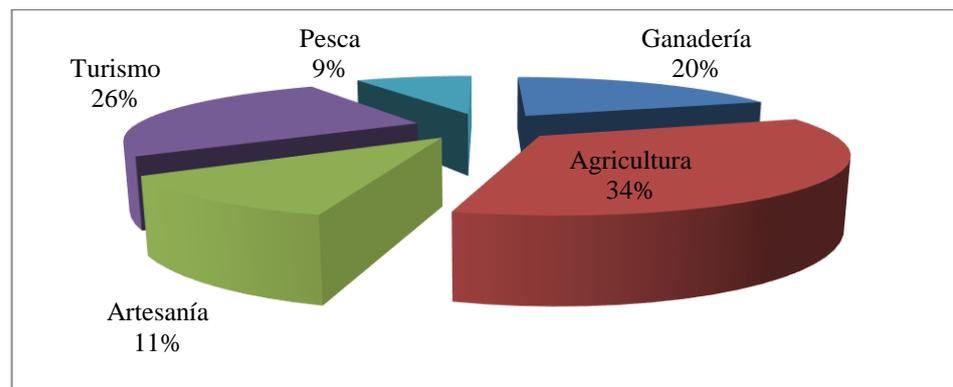


Figura 10. Actividades económicas

Fuente: Elaboración propia. 2014

En la actividad productiva de los emprendedores de Luquina Chico según la encuesta la actividad agrícola es la principal actividad con el 34% seguido del turismo vivencial con el 26% que ofertan alojamiento, alimentación y actividades complementarias que son actividades del turismo y el 20% se dedican a la agricultura seguido de la artesanía con el 11% y el 9% se dedican a la pesca.

4.2.2. La oferta turística clusterizada de los emprendimientos del turismo vivencial de Luquina Chico

4.2.2.1. características del clúster turístico y la oferta.

Tabla 6
Cluster y oferta

ASOCIACION	REPRES.	TE LEF	CARACTERISTICAS DEL CLUSTER Y LA OFERTA TURISTICA									
			HOSPEDAJE			ALIMENTACIÓN		VELEROS EQUIPADOS		BOTES EQUIPADOS		
			SOCIOS	HABITACIONES	CAMAS	COMEDOR	CAPACIDAD DE PAX	LANCHAS	CAPACIDAD DE PAX	BOTES A REMO	CAPACIDAD DE PAX	
ASOC. "MACHAX MARCA"	Sixto Fernández	951										
	Fernández	539	35	37	94	22	107	22	110	22	110	
LUQUINA CHICO	Ascencio	252										

Fuente: Elaboración propia. 2014

En la tabla 6 podemos observar que la asociación en mención tiene una caracterización basado en una gama de oferta de sus servicios de hospedaje, alimentación, veleros equipados y botes equipados, permite consolidar el índice de ocupabilidad, basado en la dinámica de la oferta que tienen los emprendedores turísticos de la comunidad de Luquina Chico, por tanto la dinámica se fundamenta por los aliados operadores turísticos de la ciudad de Puno.

4.2.2.2. Clúster de hospedaje rural

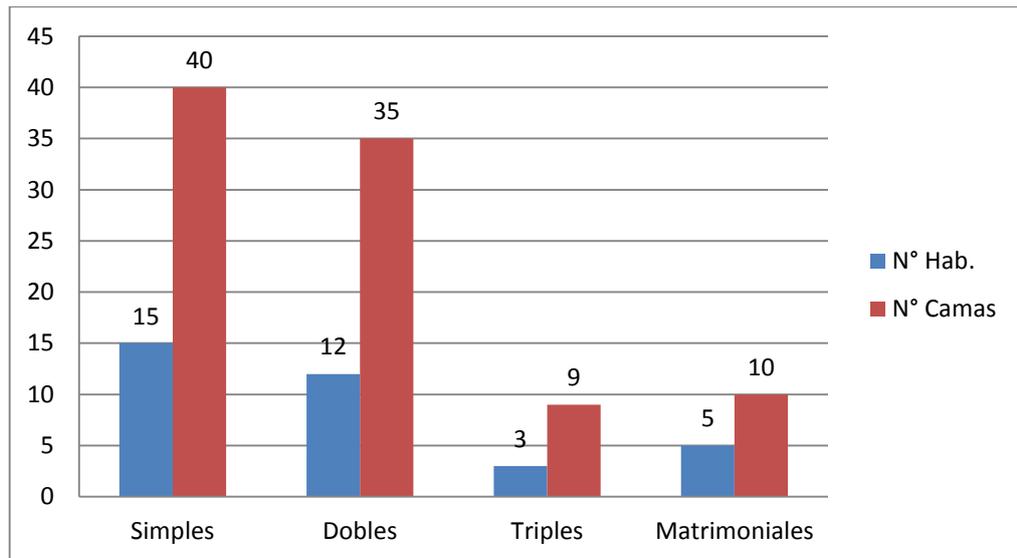


Figura 11. *Habitaciones*

Fuente: Elaboración propia. 2014

De acuerdo a la investigación el índice de ocupabilidad de las habitaciones es de 37 y un promedio de 94 camas y la gran mayoría de los emprendedores tienen habitaciones simples seguidas de habitaciones dobles y complementadas con triples y matrimoniales.

4.2.2.3. Precio promedio de habitación rural por estacionalidad

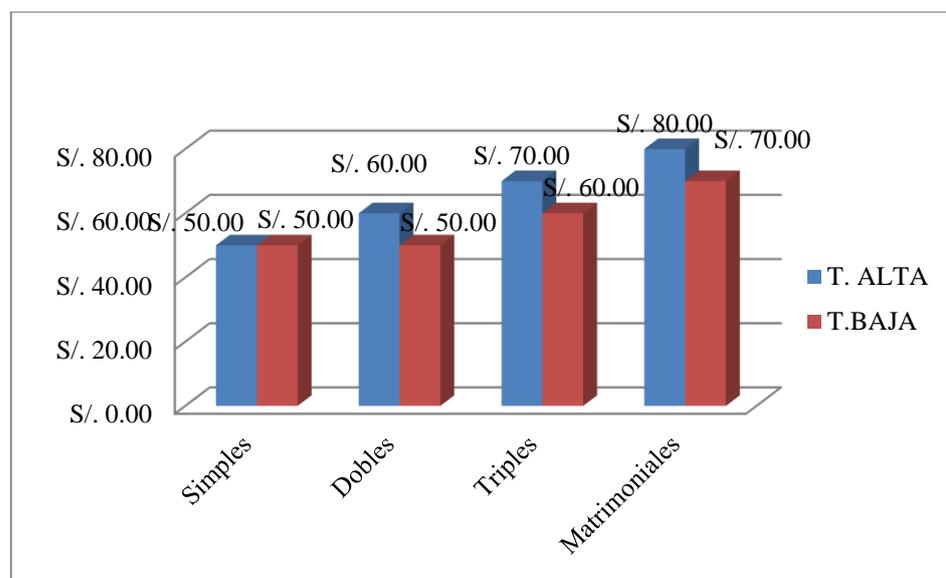


Figura 12. Precio Promedio de Habitaciones

Fuente: Elaboración propia. 2014

El precio promedio de las habitaciones en la temporada alta mantiene su tarifa mientras que en temporada baja existe una reducción que se considera como precios promocionales sin embargo indican que hay flexibilidad cuando sus ventas son directas, la mayor cantidad de su oferta están referidas a las habitaciones simples y dobles con inclusión de desayuno, almuerzo y cena, indican que no les conviene reducir sus tarifas.

4.2.3. Clúster de la línea de alimentación

4.2.3.1. Tipo de Servicio de alimentación

Tabla 7.
Servicio de Alimentación

Tipo De Servicio	N° Emprendedores
Desayuno	35
Almuerzo	35
Cena	35

Fuente: Elaboración propia. 2014

4.2.3.2. Precio promedio de Servicio de alimentación

Tabla 8
Precio promedio de alimentación

Indicadores	T. Alta	T. Baja
Desayuno	S/. 10.00	S/. 10.00
Almuerzo	S/. 15.00	S/. 15.00
Cena	S/. 10.00	S/. 10.00
Box Lunch	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia. 2014

4.2.3.3. Capacidad de recepción de los comedores

Tabla 9

Índice de ocupabilidad de los comedores

Bienes	N°
N° Mesas	22
N° De Sillas	107

Fuente: Elaboración propia. 2014

Respecto a precio los servicios de alimentación tanto en la temporada alta y baja son la misma no hay variación en precio debido a que sus tarifas ya tienen conocimiento las agencias de viajes e indican que no les conviene reducir sus tarifas, sin embargo, indican que hay flexibilidad cuando sus ventas son directas, la mayor cantidad de su oferta están referidas a la alimentación novo andina e incluyen cuando realizan pernocte grupos que las solicitan las Agencias de Viajes de Puno u otro.

4.2.4. Recepción a su llegada al emprendimiento vivencial

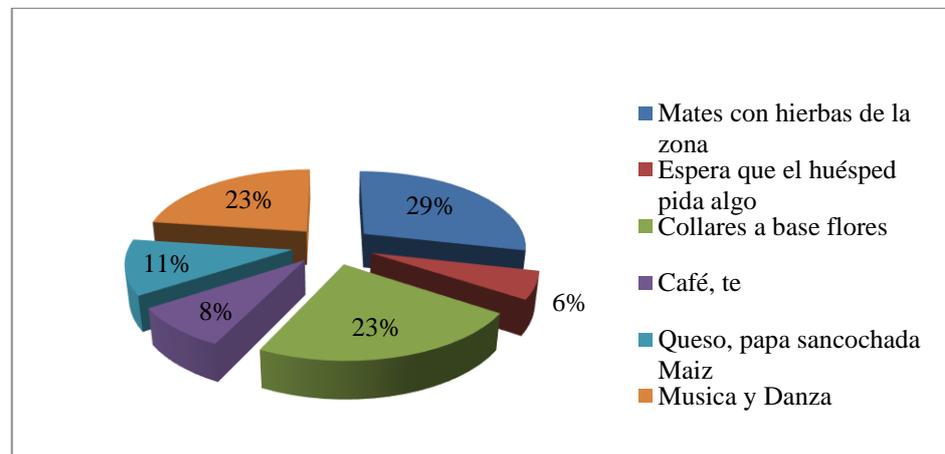


Figura 13. Recepción al Turista

Fuente: Elaboración propia. 2014

En la figura 13 observamos que la oferta respecto a la visita turística en los hospedaje rurales indican que siempre les muestran todas las cualidades de amabilidad, entre ellas el saludo, confianza resultado de

ello respondieron que siempre las reciben con mates con hierbas de la zona equivalente al 29%, seguido del 23% indica que los reciben con collares a base de flores, música y danza que son motivantes para el turista y el 11% detallan con queso, papa sancocha y maíz , café o te que es el 8% y finalmente el 6% indican que esperan que huésped le pida algo.

4.2.5. Servicio de atención al Cliente

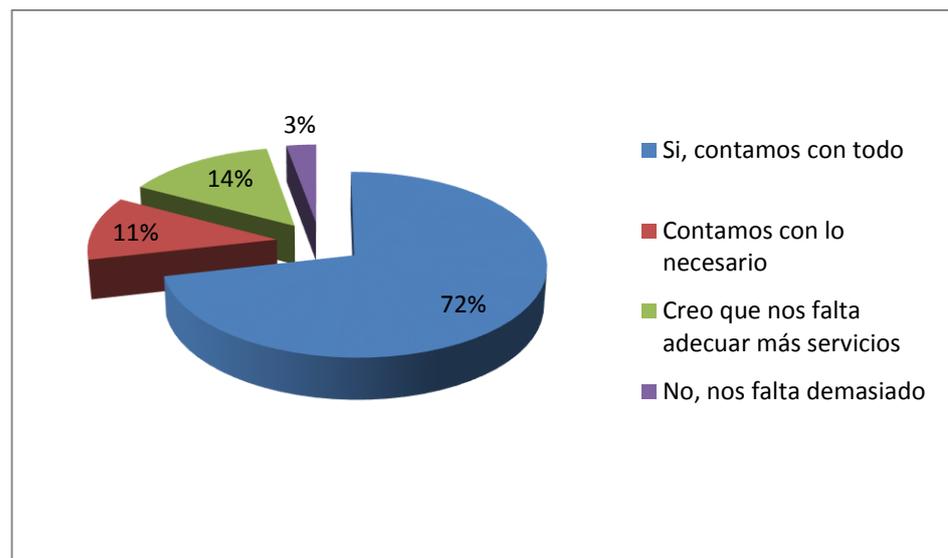


Figura 14. Servicio al Cliente

Fuente: Elaboración propia. 2014

En la figura 14, se observa que el 72% indican que cuentan con todos los servicios respecto a todos los emprendimientos que ofertan servicio con pernocte, mientras que el 14% indican que aún tienen adecuan sus servicios debido a que los emprendedores están realizando y equipando recién sus emprendimientos y el 11% mencionan que cuentan con los necesario y comercializan sus servicios, mientras que el 3% indican que les falta demasiado debido a que están en un proceso incipiente porque quieren realizar y modificar sus viviendas.



4.2.6. Clúster y las atracciones turísticas

4.2.6.1. Atractivos turísticos de Luquina Chico

El conglomerado de las atracciones turísticas de Luquina Chico es como sigue:

- Mirador turístico y natural
- Infraestructura de los hospedajes rurales
- Embarcadero turístico
- Paisaje del Titicaca
- Espacios agrícolas
- Criadero de ganado vacuno y ovino

4.2.6.2. Actividades

- Paseo en bote a vela y remo
- Ceremonias ancestrales a la pacha mama
- Lectura de la hoja de coca
- Visita a restos arqueológicos
- Caminatas hacia los bellos miradores naturales
- Danzas autóctonos
- Aprendizaje de la lengua aymara
- Música
- Observación de la flora y fauna silvestre
- Escenificación de cuentos andinos
- Participación en artesanías
- Fogata costumbrista
- Observación de aves en totorales (reserva del Titicaca)
- Pesca artesanal
- Reconocimiento de plantas medicinales
- Paseo miradores
- Participación en actividades agropecuarias

4.2.6.3. Actividades más ofertadas por especialidad del emprendedor

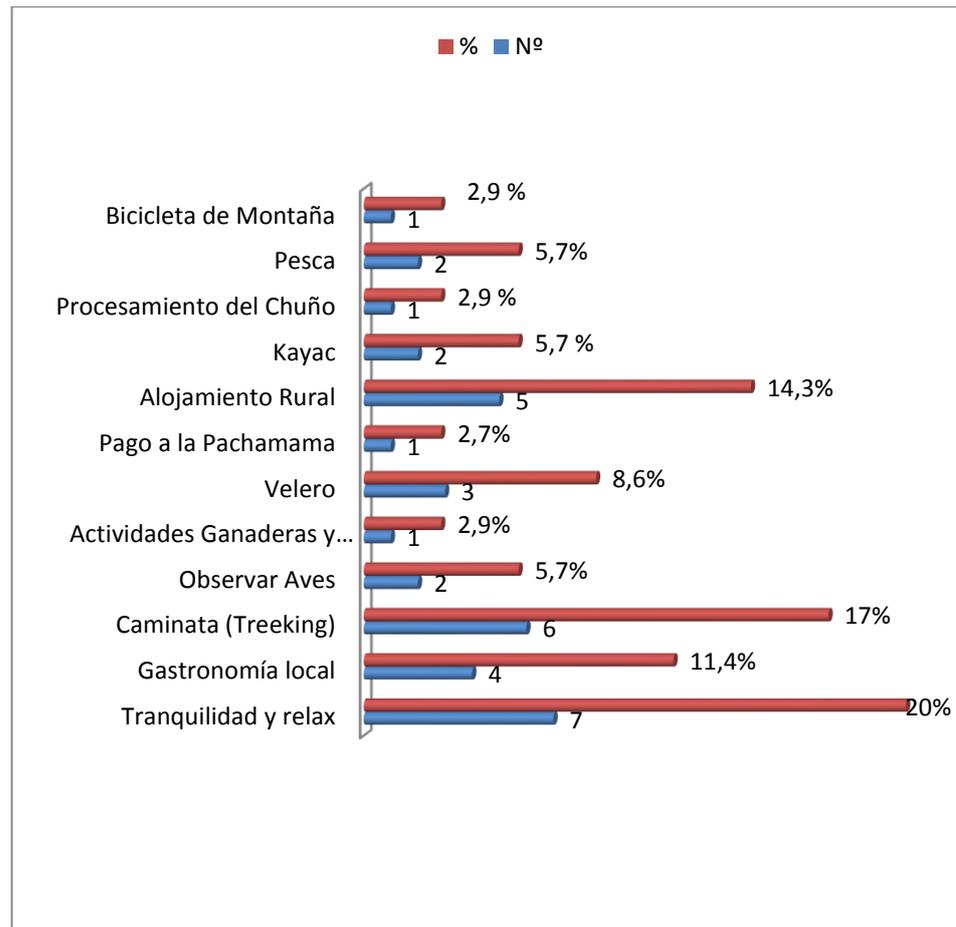


Figura 15. Actividades más ofertadas por especialidad

Fuente: Elaboración propia. 2014

En la figura 15 explicamos las actividades que más se oferta en los emprendimientos de Luquina Chico con el 100% de opiniones son; la tranquilidad y relax equivalente al 20% seguido de caminata con 17%, la gastronomía local con el 11%. Por su parte el 14% la viven con los alojamientos rurales y el 8.6% realizan actividad de velero el 5.7% corresponde a la actividad de la pesca, observar aves, kayak y con 2.9% se dedican a las actividades de bicicleta de montaña, procesamiento del chuño y actividades agrícolas y ganaderas.

2.2.7. Impactos de la clusterización en el aspecto socio cultural económico y ambiental de Luquina Chico a partir de los servicios de apoyo

2.2.7.1. Clúster y la capacitación de los emprendedores

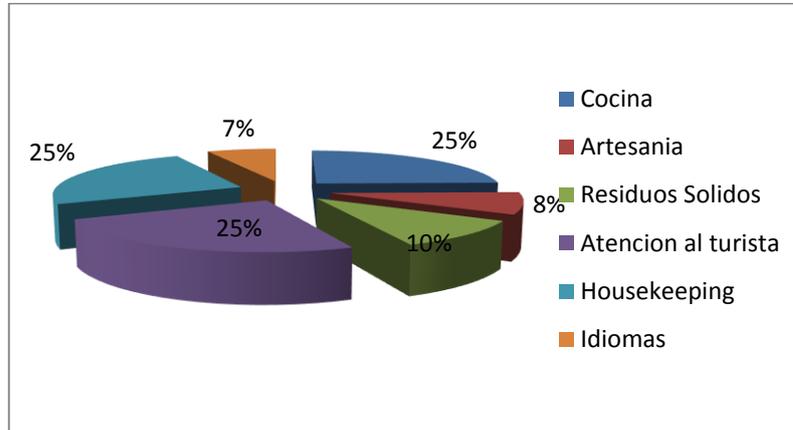


Figura 16. Capacitación por especialidad

Fuente: Elaboración propia. 2014

De los 35 emprendedores del turismo rural vivencial en Luquina Chico indican que el 25% el entrenamiento en cocina, housekeeping y atención al turista son muy importante para la recepción al turista, el 10% indica que los residuos sólidos se tiene que planificar donde reciclarlo y disminuir la contaminación, respecto a la artesanía el 8% indica que es un factor valioso en su complementos del servicio y comercializar su producto el 7% manifiesta que el idioma es necesario saber los básico aunque sea para el saludo.

2.2.7.2. Clúster y organizaciones de apoyo

- CARETUR
- Agencias de Viajes: Edgar Adventure, Explorandes, Amaru Tour, All Ways Travel.
- Redturc-Titikaka
- CEDESOS ONG

- Municipalidad Distrital de Chucuito
- Proyecto Gestur Puno
- CENFOTUR
- DIRCETUR
- OGD
- SWISS CONTACT

2.2.8. Clúster a Partir de los Servicios de Apoyo

2.2.8.1. Servicios de promoción y comunicación

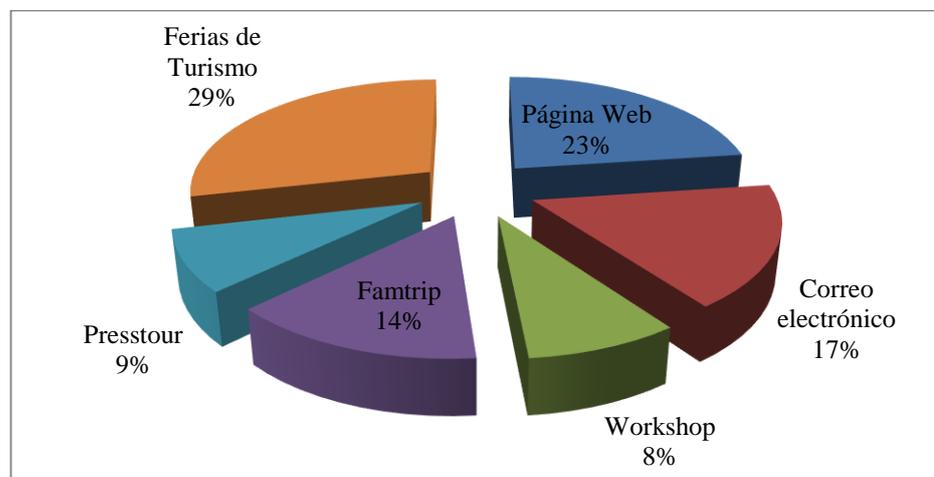


Figura 17. Promoción y comunicación

Fuente: Elaboración propia. 2014

Respecto a la comunicación y promoción en servicios de apoyo para la clusterización de Luquina Chico se tiene los siguiente las ferias turísticas, son valiosas para los emprendedores que resultado de ello indican el 29%, seguido de la página webs con 20% y el 17% promocionan su producto a través del correo electrónico y famtrip con el 14% que la realizan los agentes para consolidar alianzas y el 8% corresponde a los work shop, es la forma de su promocionar y comunicar a proveedores y demanda turística.

2.2.9. Ventajas de la clusterización y la competitividad en el mercado del turismo vivencial

2.2.9.1. Canales de distribución y comercialización del emprendimiento

Respecto a los canales de distribución y comercialización de la oferta de los emprendimientos de Luquina Chico la se debe a las excursiones y paquetes programadas por las agencias de viaje con el 23% que dinamizan a los emprendedores el 20% indican que otra herramienta valiosa es el internet donde ellos vía correo electrónico y telefonía realizan sus reservas, el 14% es mediante el apoyo de la Red de turismo rural comunitario debido a que les monitorean en forma de realizar su forma de promoción turística su hospedajes rurales, así mismo sus ventas directas es otro factor que favorece a los emprendedores, y un 9% lo realizan a través de los operadores turístico directamente de Lima.

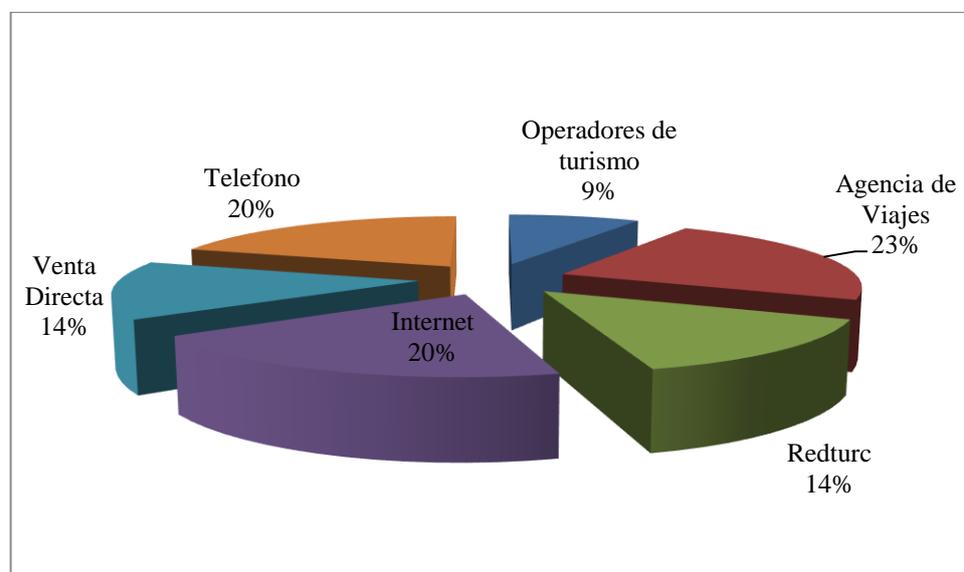


Figura 18. Canales de distribución
Fuente: Elaboración propia. 2014

2.2.10. Clúster y transportación

2.2.10.1. Transporte lacustre

Tabla 10

Transportación Lacustre

Veleros Equipados		Botes Equipados	
Lanchas	Capacidad De Pax	Botes A Remo	Capacidad De Pax
22	110	22	110

Fuente: Elaboración propia. 2014

2.2.10.2. Transporte convencional terrestres

Tabla 11

Transporte Convencional

Tramos	Referencia	Acceso	Medio de transporte	Via de acceso/Estado	Distancia en Km/Tiempo
1°	Puno- Chucuito- Plateria	Terrestre	Minibuses y Combis	Asfalto /Bueno	28Km/30Min.
2°	Plateria – Luquina	Terrestre	Minibuses y Combis	Afirmada/Regular	40Km/1:30 Hras.

Fuente: Elaboración propia. 2014

2.2.11.3. Tipo de ingreso y época de visita

El tipo de ingreso es “libre” y en otras ocasiones presentar voucher de servicio, cuando se trata de reserva por una Agencia de Viajes y el horario de visita no tiene establecido ya que la comunidad atiende a todos los visitantes y están pendientes de sus requerimientos.

2.2.11. Clúster e infraestructura de transportes

Respecto a los accesos Luquina Chico tiene dos opciones de llegar a la zona: Acceso carretero y acceso vía Lacustre.

2.2.11.1. Accesos por carretera

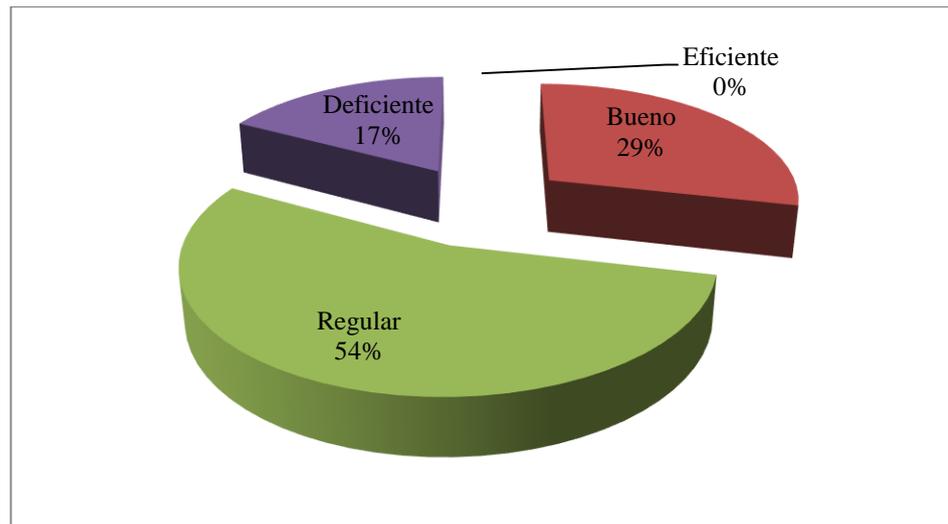


Figura 19 Evaluación de la accesibilidad

Fuente: Elaboración propia. 2014

Respecto al acondicionamiento de la accesibilidad al emprendimiento rural vivencial el 29 % es bueno debido a que se encuentran afirmando parte del tramo carretero circunlacustre de la península y que les facilita en las visitas a los turistas y agencias de viaje, y el 54% indican que es regular debido a que necesitan acondicionar sus estacionamientos y ampliar todo el tramos de la comunidad de Luquina, el 17% indica que es deficiente debido a la distancia que tiene al acceso principal no es concordante hacia los hospedajes rurales necesitan accesos ordenados.

2.2.11.2. Puerto lacustre

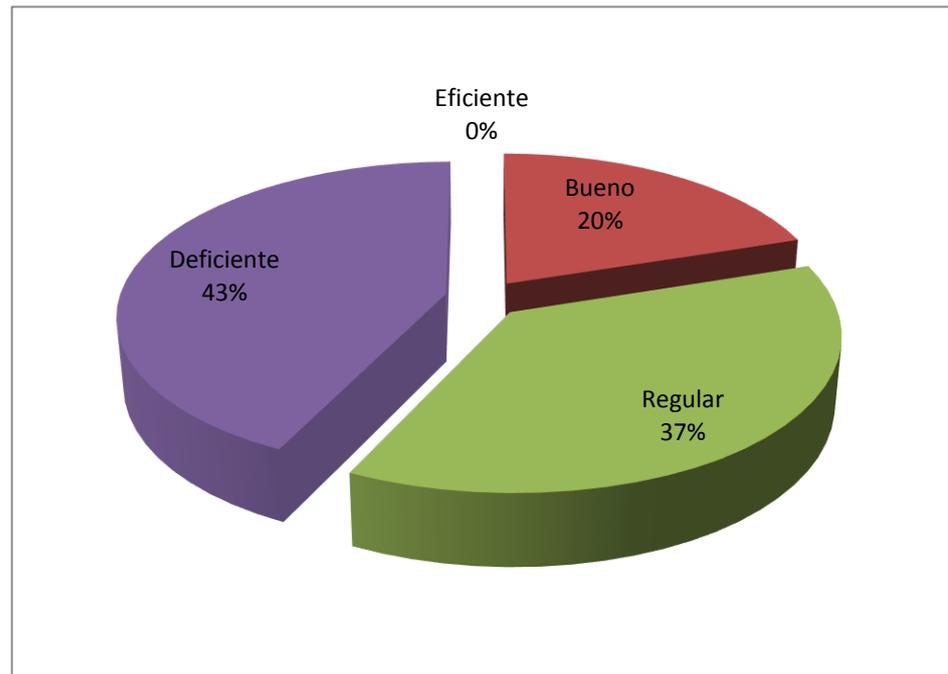


Figura 20. Evaluación del Embarcadero Lacustre

Fuente: Elaboración propia. 2014

Respecto al acondicionamiento del embarcadero de Luquina Chico indica que el 43 % es deficiente debido a que su estética es a base de piedra y tiene cierta inseguridad para los turistas, así mismo tiene dificultad embarcaciones grandes por lo que ellos indican que se tiene construir un embarcadero acorde a la realidad de la zona 37% indican que es regular debido a que necesitan acondicionar aspectos de seguridad de desembarque y el 20% indica que es bueno porque lo presentan al embarcadero como natural.

2.2.12. Papel del sector privado en el mejoramiento del “cluster” turístico en Luquina Chico para la competitividad.

- Una ventaja competitiva de una compañía es en parte el resultado del entorno local.



- La membresía de compañías a un cluster ofrece beneficios colectivos.
- El sector privado debe asumir un papel activo para crear un entorno competitivo local de clusters:
 - Mejorar la infraestructura local
 - Fomentar proveedores locales y atraer nuevas inversiones de proveedores
 - Colaborar con instituciones educativas y de investigación locales
 - Invertir en el mejoramiento de destrezas y programas especializados
 - Definir las necesidades de educación y capacitación
 - Brindarle al gobierno información y aportes considerables sobre los problemas y restricciones de regulación al desarrollo de industrias
 - Colaborar con el gobierno para definir soluciones/métodos alternativos para abordar las necesidades críticas de clusters
 - En los países en desarrollo, el sector privado debe asumir papeles que el gobierno puede cumplir mejor en los países industrializados.
 - Un papel importante para las asociaciones del turismo rural.

2.2.13. El cluster turístico competitivo de Luquina Chico.

Está conformado por:

- a) Núcleo:* agencias de viajes, establecimientos de hospedaje, restaurantes, empresas de transporte turístico y operadores especializados.



- b) Proveedores:* empresas de alimentos, combustible, equipos de hotelería y restaurantes, constructoras y concesionarias de autos y buses
- c) Servicios afines:* artesanía, guía turística, entretenimiento nocturno (fogata), fotografía, audio y video, y lavandería.
- d) Servicios complementarios:* médicos, agua y alcantarillado, energía eléctrica, comunicaciones, transporte aéreo e informática.
- e) Cultural: Desarrollo medio* presencia de las agencias de viajes son formales y existe una mediana calidad de los servicios.
- f) Turismo Rural Vivencial: Desarrollo medio* presencia de las agencias de viajes, empresas de transporte (buses), establecimientos de hospedaje rural que aun requieren estandarizar y comedores campestres que en algunos casos requiere de acondicionamiento técnico.
- g) Las ventajas que producen desarrollar un cluster en Luquina Chico:*
 - Acceso a nuevos nichos de mercados.
 - Mejoramiento tecnológico y de know – how.
 - Fortalecimiento de la capacidad general.
 - Incremento en la capacidad para acelerar el proceso de aprendizaje de los recursos humanos y de la organización.
 - Mejoramiento en la calidad de servicios turísticos.
 - Reducción de costos de operación e insumos.



CONCLUSIONES

PRIMERO. Los efectos de la clusterización para la optimización del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico, se fortalece por la oferta y la demanda que tiene la comunidad que ha logrado actividades de hospitalidad y muestras vivenciales de sus tradiciones y costumbres que la hacen prevalecer la cultura del poblador a través de la utilización de la propia base territorial que lo hacen expectante para el visitante, al agente de viajes y operadores turísticos.

SEGUNDO. Los impactos de la clusterización en aspecto socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico se debe al soporte técnico que hicieron las entidades cooperante como Swiss Contac Suiza, ONG CEDES, DIRCETUR, Municipalidad Distrital de Chucuito, OGD Puno por el lado de la gestión pública y por el lado de la gestión privada se tiene a las Agencias de Viaje y Operadores de Turismo como Edgar Adventure, All ways Travel, Explorandes y Amaru Tours, son las que más proveen turistas resultado de ello tienen una buenísima oferta turística de los servicios de los emprendedores rurales.

TERCERO. Las ventajas de la clusterización y la competitividad en el mercado del turismo rural vivencial, se fortalece los canales de distribución del producto turístico para posicionarse en el mercado a través las atracciones turísticas, motivaciones, transporte, promoción turística y servicios de soporte como internet, plataforma 2.0. como la calificación de Trip advisor que lo ubica en el 19 lugar como emprendimiento turístico de renombre y otro factor es los entrenamientos y/o capacitaciones permanentes para el fortalecimiento de sus actitudes y aptitudes.



CUARTO. Los canales de distribución y comercialización de la oferta de los emprendimientos de Luquina Chico se debe a las excursiones y paquetes programadas por las agencias de viaje con el 23% que dinamizan los emprendedores el 20% indican que otra herramienta valiosa es el internet donde ellos vía correo electrónico y telefonía realizan sus reservas, el 14% es mediante el apoyo de la Red de turismo rural comunitario debido a que les monitorean en forma de realizar su forma de promoción turística su hospedajes rurales, así mismo sus ventas directas es otro factor que favorece a los emprendedores, y un 9% lo realizan a través de los operadores turístico directamente de Lima.



RECOMENDACIONES

PRIMERO. El desarrollo del turismo rural vivencial en Luquina Chico requiere monitoreo constante de las entidades públicas y privadas para seguir con el principio de competitividad y posicionamiento del destino.

SEGUNDO. Fortalecer las alianzas estratégicas con agencias de viajes y turismo de Puno para que involucren en sus paquetes turísticos.

TERCERO. Diseño de paquetes turísticos alternativos que tenga acogida por los operadores y agentes de viaje y turismo a nivel regional, nacional e internacional.

CUARTO. Diseño de página web para incrementar la demanda y el pernocte de estadía de los visitantes para una experiencia inolvidable de Luquina Chico por sus bondades.

QUINTO. Se recomienda que la Municipalidad Distrital de Chucuito sea la primera en tomar conciencia acerca del potencial turístico con el que cuentan y a la par de la organización de viajes de familiarización a la población local, también tome interés para la creación de una oficina de turismo la cual se encargue de fomentar esta actividad.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Saxena y otros. (2009). *www.turismorural.com*. Recuperado el 30 de 12 de 2014, de www.turismorural.com/concepto/
- Acerenza, M. A. (2009). *Promoción Turística*. Mexico: Trillas.
- Almarza, Arancibia y Miranda . (2009). *Cluster*. Bogota: www.cluster/componentes/.
- Begazo, J. D. (2002). *Megatendencias del Turismo en el Tercer Milenio*. Lima Peru: Editorial San Marcos.
- Calderon. (2005). *Distrito Turístico Rural un Modelo Teórico desde la Perspectiva de la Oferta. Especial Referencia al Caso Andalúz*. Andalúz: UA.
- Cárdenas Tabares, F. (1994). *Comercialización del Turismo*. México: Trillas.
- Cardenas Tabares, F. (1994). *Mercadotecnia y Productividad Turística*. Mexico: Trillas.
- Cardenas Tavares, F. (1994). *Comercialización del Turismo*. Mexico: Trillas.
- Castillo Yui, N. C. (1990). *El turismo: Fundamento y Desarrollo*. Lima: Talleres Gráficos Art Lautrec.
- CENFOTUR. (1987). *Terminología Turística, Lima*. Lima: Mincetur.
- Certales, L. (1999). *La Pluriactividad*. Argentina: www.pluriactividad.com.
- CLADES. (2000). *Turismo Rural*. Argentina: Cepal.
- Cunha, A. (2001). Cluster y Competividad. *Competitividad*, 35 - 36.
- De Amat Quiroz, G. (1998). *Estrategias de Marketing para el Desarrollo Rural Turístico de la Isla Taquile*. Puno: UNA.
- De Amat, E. (2002). *Tesis; Propuesta de la Ley de Reglamento para la Promoción del Desarrollo del Turismo Rural Sostenible en el Perú*. Puno: Dircetur.
- Declaracion de Quebec. (2002). Turismo Rural Sostenible. *Boletín Turístico*, 23-24.
- Garcia, B. (2003). *Marketing del Turismo Rural*. Madrid: Piramide.



- Garrido Bug, S., & Perez Gorostegui, E. (2005). *Manual Basico de Administracion de Empresas para los Estudios de Turismo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Gutierrez. (1986). *Oferta*. Lima: San Marcos.
- Huatuco. (2007). *Efecto de una Experiencia de Organización del Turismo Rural en la Comunidad del Distrito de Llachon*. . Lima: UNMSM.
- INCAE. (2012). www.incae.org.e/competitividad/desarrollosostenible/. Recuperado el 01 de 10 de 2014, de www.incae.org.e
- Ivars. (2003). *Cluster y Desarrollo*. Mexico: www.clusterydesarrollo.com.
- Los Certales, B. (1999). *El turismo rural como forma de desarrollo sostenible. el Caso de Aragon. Dpto. de geografía y ordenación del territorio*. Aragon.
- Maldonado, C. (2006). *Negocios Turistico Comunitario*. Lima: OIT/NETCOM-.
- MINCETUR. (2008). *Lineamientos para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Perú*. . Lima - Perú: Mincetur.
- MINCETUR. (2008). *Manual del Emprendedor del Turismo Rural Comunitario*. Lima - Perú: Mincetur.
- MINCETUR. (2015). www.mincetur.gob.pe.
- Montaner Montejano, J. (1999). *Estructura del Mercado Turístico* . Madrid España: Edit. Síntesis.
- Montaner Montejano, J. (2000). *Estructura de Mercado Turistico*. Mexico: Trillas.
- Originarios, P. A. (2007). *Turismo Sostenible*. Lima: Mincetur.
- Padilla, D. I. (1985). *Producto Turistico*. Mexico: Trillas.
- Panesso, A. (2003). *Clusterizacion*. Cali: RBD.
- Porter, M. (1999). *Ventaja Competitiva*. Argentina: CECSA.



- Quispe. (2007). *Desarrollo del Turismo Rural Vivencial en el Distrito de Atuncolla*. Puno: UNA.
- Reyes, P. A. (2010). *Organizacion Social*. Lima: USMP.
- Robbins, S. (2000). *Comportamiento Organizacional*. Mexico: Trillas.
- Saez, A. (2010). www.clusterturistico.com/microcluster. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de www.clusterturistico.com
- Sosa de la Cruz, C. (2000). *Proyectos Turisticos*. Lima: SM.
- Tafur, R. (1995). *La Tesis Universitaria*. Lima: Mantaro.
- Ticona, W. (2010). *El Turismo Rural y sus tendencias Socioeconómicas en las Comunidades Circunlacustres de la Península de Chucuito- Puno*. Puno Peru: Universidad Nacional del Altiplano.
- Torres, C. (2009). *Tesis: Incidencias Socioeconómicas del Turismo Rural en Ccotos*. Puno - Peru: Universidad Nacional del Altiplano.
- Villena Lascano, C. (2002). *Turismo*. Lima: San Marcos.
- www.attila.inbio.ac. (2010). www.attila.inbio.ac. Recuperado el 12 de 12 de 2014, de www.attila.inbio.ac
- www.definicionabc.com. (2015). www.definicionabc.com. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/religion/esoterico.php>
- www.elabedul.net. (2014). Recuperado el 30 de 08 de 2014, de www.elabedul.net/innovacion/
- www.es.wikipedia.org. (2014). Recuperado el 1 de 10 de 2014, de www.es.wikipedia.org/wiki/calidad_de_vida
- Zamorano, F. (2007). *Turismo Alternativo*. España: Editorial Sintesis.



ANEXOS

ANEXO 1. Tablas de Resultados

Tabla 12

Edad

Indicadores	N°	%
18-24	3	8.6
25-34	5	14
35-44	9	26
45-54	8	23
55-64	6	17
65 a mas	4	11
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 13

Sexo

Indicadores	N°	%
Masculino	23	66
Femenino	12	34
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 14

Estado civil

Indicadores	N°	%
Casado (a)	17	49
Soltero (a)	13	37
Divorciado (a)	0	0
Viudo (a)	5	14
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 15

Grado de Instrucción

	N°	%
Educación Primaria	9	26
Educación Secundaria	13	37
Superior Técnica	11	31
Superior Universitaria	2	5.7
Otro (especifique):	0	0
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 16
Nivel de ingresos

Indicadores	N°	%
Menos de S/. 300	3	8.6
Entre S/. 300 y S/. 500	15	43
Entre S/.500 y S/. 1,000	12	34
Más de S/. 1,500	5	14
No contesta	0	0
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 17
Actividades económicas

Actividad	Opinión	%
Ganadería	7	20
Agricultura	13	37
Artesanía	4	11
Turismo	10	29
Otro:	1	2,9
Total de Jerarquía	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 18
Habitaciones y camas

Indicadores	N° Hab.	N° Camas
Simple	15	40
Dobles	12	35
Triplas	3	9
Matrimoniales	5	10
Total	35	94

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 19
Precio promedio

Línea de producto	T. Alta	T.Baja
Simple	S/. 50.00	S/. 50.00
Dobles	S/. 60.00	S/. 50.00
Triplas	S/. 70.00	S/. 60.00
Matrimoniales	S/. 80.00	S/. 70.00

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 20
Recepción al visitante

Indicadores	N°	%
Mates con hierbas de la zona	10	29
Espera que el huésped pida algo	2	5.7
Collares a base flores	8	23
Café, te	3	8.6
Queso, papa sancochada Maiz	4	11
Musica	8	23
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 21
Servicios esperados

Indicadores	N°	%
Si, contamos con todo	25	71
Contamos con lo necesario	4	11
Creo que nos falta adecuar más servicios	5	14
No, nos falta demasiado	1	2.9
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 22
Actividades complementarias al tour

Actividades	N°	%
Tranquilidad y relax	7	20
Gastronomía local	4	11
Caminata (Trecking)	6	17
Observar Aves	2	5.7
Actividades Ganaderas y Agrícolas	1	2.9
Velero	3	8.6
Pago a la Pachamama	1	2.9
Alojamiento Rural	5	14
Kayac	2	5.7
Procesamiento del Chuño	1	2.9
Pesca	2	5.7
Bicicleta de Montaña	1	2.9
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 23
Capacitación

Especialidad	N°	%
Cocina	35	25
Artesanía	12	8.5
Residuos Solidos	15	11
Atención al turista	35	25
Housekeeping	35	25
Idiomas	10	7
Total	142	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 24
Forma de promoción

Indicadores	N°	%
Página Web	8	23
Correo electrónico	6	17
Workshop	3	8.6
Famtrip	5	14
Presstour	3	8.6
Ferias de Turismo	10	29
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 25
Forma de distribución

Indicadores	N°	%
Operadores de turismo	3	9
Agencia de Viajes	8	23
Redturd	5	14
Internet	7	20
Venta Directa	5	14
Teléfono	7	20
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014

Tabla 26
Evaluación de accesibilidad

Indicadores	N°	%
Eficiente	0	0
Bueno	10	29
Regular	19	54
Deficiente	6	17
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014



Tabla 27
Evaluación de embarcadero lacustre

Indicadores	N°	%
Eficiente	0	0
Bueno	7	20
Regular	13	37
Deficiente	15	43
Total	35	100

Fuente: Aplicación de encuesta de la Investigadora 2014



ANEXO N° 02. ENCUESTA APLICADA

I. INTRODUCCION.

Usted, es importante para nosotros, debido a que su valoración será muy útil para conocer la Clusterización en el Turismo Rural Vivencial y la forma de desarrollo competitivo de la Comunidad de Luquina Chico. Muchas gracias por su ayuda.

II. DATOS PERSONALES

1.1. ¿Cuál es su edad?: Edad: <25 años 25/35 35/45 45/55 55/65 >65 años

1.2. ¿Sexo?: (Marque)	- Masculino	- Femenino
--------------------------	-------------	------------

1.3. ¿Cual es su estado civil? (marque)			
a. Casado (a)		b. Divorciado (a)	
c. Soltero (a)		d. Viudo (a)	

1.4. ¿Cuál es su Nivel Educativo Actual? (marque)			
- Educación Primaria		- Superior Técnica	
- Educación Secundaria		- Superior Universitaria	
- Otro (especifique):			

1.5. ¿Cuál es el nombre de su Organización y/o Asociacion?	
- Nombre:	
- N° de socios	

1.6. Enumere en orden de prioridad del 1 al 4. ¿Cuál es la Actividad Cotidiana?	Ganadería	
	Agricultura	
	Pesca	
	Artesanía	
	Otro:	
- Especifique:		

1.5 ¿Cómo es su ingreso familiar?: Menor de Medio Medio más que la media alto, muy alto

1.6.¿En qué nivel de ingreso mensual se ubica Usted?	
Menos de S/. 300	
Entre S/. 300 y S/. 500	
Entre S/.500 y S/. 1,000	
Más de S/. 1,500	
No contesta	



II. CLUSTER DE HOSPEDAJE RURAL

2.1. ¿Cómo está distribuido la oferta de su alojamiento rural?

HABITACIONES	N°	PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA
Simple		Simple		
Dobles		Dobles		
Triples		Triples		
Matrimoniales		Matrimoniales		
TOTAL				

III. CLUSTER DE LA LINEA DE ALIMENTACION

3.1. ¿Cómo está distribuido la oferta de su Restaurante y/o Comedor?

TIPO DE SERVICIO	MARCAR	PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA
Desayuno		Desayuno		
Almuerzo		Almuerzo		
Cena		Cena		
Box Lunch		Box Lunch		
N° MESAS		N° DE SILLAS		

3.2. ¿Qué ofrece al turista cuando este llega a su emprendimiento?:

Mates con hierbas de la zona		Café, te	
Espera que el huésped pida algo		Recordatorio	
Collares a base flores		Música y danza	

IV. CLUSTER MOTIVACIONAL

4.1. ¿Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted?

Tranquilidad y relax		Pago a la Pachamama	
Gastronomía local		Alojamiento Rural	
Caminata (Treking)		Kayac	
Observar Aves		Procesamiento del Chuño	
Actividades Ganaderas y Agrícolas		Pesca	
Velero		Bicicleta de Montaña	
Otros: mencione:			

4.2. ¿Cuáles son los servicios complementarios de la Oferta de Actividades?

TIPO DE SERVICIO	N°	PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA
SERVICIO LANCHAS con N° Lanchas con Vela Equipados		Capacidad de Pasajeros por Lancha		
Capacidad Total:		Propio	Alquilado	
Precio Promedio por Pax				
TIPO DE SERVICIO	N°	PRECIO PROMEDIO	T. ALTA	T.BAJA



SERVICIO DE KAYAC: N° Kayac Equipados		Capacidad de Pasajeros por Kayac		
Capacidad Total:		Propio	-	Alquilado
Precio Promedio por Pax		-		

V. CLUSTER PROMOCIONAL PARA DEMANDA TURISTICA Y PROVEEDORES

5.1.¿De que nacionalidad son los turistas que más visitan Luquina Chico?

- Estados Unidos		- Inglaterra	
- España		- Francia	
- Alemania		- Italia	
- Rusia		- Canada	
- Japón		- China	
- Korea		- Brasil	
- Chile		- Argentina	
Otro, mencione			

5.2.Marque ¿Cuáles son los actuales canales de distribución y comercialización de su emprendimiento? (Producto turístico).

Indicadores	Marcar
Operadores de turismo	
Agencia de Viajes	
Redturc	
Internet	
Venta Directa	
Telefono	

VI. CLUSTER Y LAS ATRACCIONES TURISTICAS

- 6.1. ¿Qué actividades del Turismo Rural Vivencial Oferta Usted?			
a. Tranquilidad y relax		c. Visita a Centros Arqueológicos	
e. Gastronomía local		g. Alojamiento Rural	
i. Caminata (Trekking)		k. Visitas a centros ceremoniales	
m. Observar Aves		o. Procesamiento del Chuño	
q. Participación en ceremonias rituales		s. Participación de actividades cotidianas de la familia	
u. Actividades Ganaderas y Agrícolas		w. Participación en la Elaboración de Artesanía	



y. Visita a museo		y. Bicicleta de Montaña	
z. Otros: mencione:			
-			
-			

VII. CLUSTER Y LA CAPACITACION DE LOS EMPRENDEDORES

6.1. ¿Qué cursos de capacitación ha recibido para fortalecer el del Turismo Rural Vivencial?

Especialidad	Marcar
Cocina	
Artesania	
Residuos Solidos	
Atencion al turista	
Housekeeping	
Idiomas	

VIII. CLUSTER A PARTIR DE LOS SERVICIOS DE APOYO

Marque ¿Cuáles son los medios de promoción que utiliza su asociación para su emprendimiento? (Producto turístico).

- Página Web		- Famtrip	
- Correo electrónico		- Presstour	
Workshop		- Ferias de Turismo	
- Otro:			
a) 5 años a mas		b) 3 a 4 años	
		c) 1 a 2 años	

8.2 Marque ¿Cuáles son los actuales canales de distribución y comercialización de su emprendimiento? (Producto turístico).

Operadores de turismo		Internet	
Agencia de Viajes		Venta Directa	
RED		- OTRO:	
a) 5 años a mas		b) 3 a 4 años	
		c) 1 a 2 años	

IX. CLUSTER Y TRANSPORTACION

9.1. ¿Cómo evalúa su embarcadero lacustre?:

Indicadores	Marcar
Eficiente	
Bueno	
Regular	
Deficiente	

X. CLUSTER INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTES

10.1 ¿Cómo considera la accesibilidad a su emprendimiento?:

Indicadores	Marcar
Eficiente	
Bueno	
Regular	
Deficiente	

Gracias

ANEXO N° 03

MATRIZ DE INVESTIGACION
TITULO: "CLUSTERIZACION Y TURISMO RURAL VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD DE LUQUINA CHICO -
CHUCUITO

AUTOR: VILMA JUSTO CLAVITEA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS ESTADÍSTICA
<p>Problema Principal: ¿Cuáles son los efectos de la clusterización para la optimización del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico?</p>	<p>Hipótesis General. La estrategia de la clusterización permite la optimización de la competitividad del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico.</p>	<p>Objetivo General. Determinar los efectos de la clusterización para la optimización del Turismo Rural Vivencial de la Comunidad de Luquina Chico.</p>	<p>Variable Independiente Clusterización</p>	<p>Cluster turístico</p>	<p>Estructura y configuración del Cluster Turístico. Sistema de valor, asociativismo La Comunidad Empresarial Rural (CER) Competitividad</p>	<p>Enfoque de Investigación: Cuantitativo Diseño: Investigación No Experimental Del Nivel Descriptivo</p>	<p>Técnicas Observación directa: Simple y por fichas Observación indirecta: Cuestionario, Analisis Likert</p>
<p>Problemas Específicos: ¿Cómo influye la oferta turística en la gestión de los emprendimientos rurales de Luquina Chico? ¿Cuáles son los impactos de la clusterización en el aspecto socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico? ¿Cuáles son las ventajas de la clusterización en el ámbito de la competitividad y necesidades del mercado del turismo rural vivencial de Luquina Chico?</p>	<p>Hipótesis Específicas: - La oferta turística clusterizada influye en la organización de los emprendedores rurales de Luquina Chico. - Los impactos de la clusterización dinamizan las actividades; socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico - Las ventajas de la clusterización influyen significativamente en la competitividad del destino turístico rural vivencial.</p>	<p>Objetivos Específicos. - Conocer la oferta turística clusterizada de los emprendimientos rurales de Luquina Chico. - Identificar los impactos de la clusterización en el aspecto socio cultural, económico y ambiental en Luquina Chico. - Analizar las ventajas de la clusterización y la competitividad en el mercado del turismo rural vivencial.</p>	<p>Variable Dependiente Turismo vivencial</p>	<p>Gestión del turismo rural comunitario</p>	<p>Oferta Turística. Clima y tiempo. Flora Fauna. Paisaje Alojamiento Rural Gastronomía Típica Artesanía, Agricultura Ganadería Paquete Turístico y Excursiones: Horario de salidas y llegadas, Costos y tarifas, Organización de tarifas. Transporte público. Alojamiento Alimentación Circuitos. Publicidad: CD. Room, Videos, Folletos.</p>	<p>Muestra: 35 emprendedores se aplicó CENSO</p>	<p>Instrumentos 1.- Fichas de observación, fichas documentales Fichas de registro, fichas de observación, lista de cotejo o comprobación. 2.- Protocolo del cuestionario Fichas de registro documental</p>